



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Unand.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Unand.

ANALISA USAHA SAGUN BAKAR ALLANTA KOTA BUKITTINGGI

SKRIPSI



MHD.IKHLAS

1110222022

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2015**

ANALISA USAHA SAGUN BAKAR ALLANTA DI KOTA BUKITTINGGI

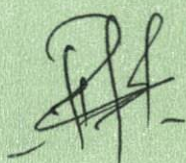
Oleh

MHD. IKHLAS

1110222022

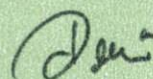
MENYETUJUI :

Dosen Pembimbing I



Rina Sari, SP, MSi
NIP. 197107151997032002


Dosen Pembimbing II



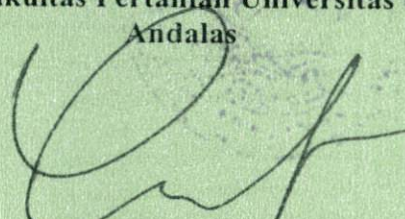
Devi Analia, SP, MSi
NIP. 198401152010122003

Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Andalas




Prof. Ir. H. Ardi, M.Sc
NIP. 19531216 1980031004

Ketua Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas
Andalas


Dr. Ir. Osmet, M.Sc
NIP. 195510191987021001

**ANALISA USAHA SAGUN BAKAR ALLANTA DI KOTA
BUKITTINGGI**

SKRIPSI

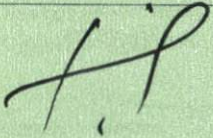
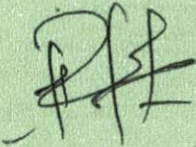
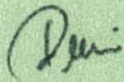
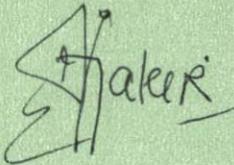

Oleh

**MHD. IKHLAS
1110222022**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2015**

Skripsi ini akan diuji dan dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Sarjana Fakultas Pertanian Universitas Andalas Padang, pada tanggal 30 Juli 2015

No.	Nama	Tanda Tangan	Jabatan
1.	Ir. M. Refdinal, M.Si		Ketua
2.	Rina Sari, SP, MSi		Sekretaris
3.	Devi Analia, SP, MSi		Anggota
4.	Ir. Zalfi Zakir, MSi		Anggota
5	Rini Hakimi, SP, MSi		Anggota



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil'alamin

Sembah sujud dan syukur Kehadirat Allah SWT atas anugerah dan karunia-Mu

Dengan izin Mu, sekelumit kebahagiaan telah kuraih, sejempit asa telah kugapai

Tak dapat kuhitung berapa banyak nikmat yang telah Engkau curahkan

Ku tahu ku takkan berarti apa-apa tanpa cinta dan ridho Mu

Shalawat dan salam selalu tertimpahkan kehadiran Rasulullah Muhammad SAW

Supersampaikan karya sederhana ini untuk orang - orang yang sangat aku sayangi. Untuk kedua orang tua ku yang selalu mendoakan disetiap langkahku, selalu ada disaat suka maupun duka, yang selalu mendukung dan menjadi penyemangat perjalananku. Terimakasih Ayah dan Ibu, untuk kalian aku tidak akan berhenti sampai disini, aku akan terus berjuang menuju kesuksesan, agar kelak dapat membahagiakan dan membalas jasmu. Doa dan ridho dari mu selalu ku harapkan.

Terimakasih yang setulusnya untuk kedua pembimbingku, Ibu Rina Sari, ST, MSi dan Ibu Dwi Analia, ST, MSi atas bimbingan arahan, dukungan, perhatian dan waktu yang telah Ibu dan Bapak curahkan untukku sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Terimakasih untuk yang tersayang Dwi Esti Diatini, yang selalu menemani, selalu sabar dan selalu mendukungku. Semoga kita dapat terus bersama dalam meraih cita - cita dan impian kita. Allah SWT selalu meridhoi semua yang diawali dengan niat yang baik.

Buat keluarga besarku, teman - teman, terimakasih atas semua dukungan, perhatian dan doa dari kalian. Serta kepada semua pihak yang telah membantu yang tak dapat ku tuliskan satu persatu.

Maka dengan segala kerendahan hati...

Supersampaikan karya kecil ku ini buat mereka yang aku sayangi dan berarti dalam hidupku

Dengan doa dari mereka telah mengantarkan ku kedepan pintu gerbang masa depan

Semoga kasih sayang kita tak hilang dimakan zaman

Semoga kelak aku berhasil meraih impian dan asa

Amin Ya Allah... Ya Rabbi..

Harapanku semoga skripsi ini berguna bagi kita semua

BIODATA

Penulis dilahirkan di Bukittinggi Sumatera Barat pada tanggal 22 Desember 1993 sebagai anak kedua dari dua bersaudara, dari pasangan Amri Busman dan Malfia. Pendidikan Taman Kanak-kanak dijalani di TK Dirgahayu Koto Gadang (1998 - 1999). Pendidikan Sekolah Dasar (SD) ditempuh di SD Negeri 10 Koto Gadang (1999 - 2005). Pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) ditempuh di SMP Negeri 3 Bukittinggi (2005 - 2008). Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) ditempuh di SMA Negeri 2 Bukittinggi (2008 - 2011). Pada tahun 2011 penulis diterima di Fakultas Pertanian Universitas Andalas, Program Studi Agribisnis.

Padang, Juli 2015

M . I

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga dengan izin-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **Analisa Usaha Sagun Bakar Allanta di Kota Bukittinggi**. Shalawat beriring salam tidak lupa pula disampaikan buat Rasulullah Muhammad SAW sebagai suri tauladan dalam kehidupan.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Ibu Rina Sari, SP, M.Si selaku Pembimbing I dan Ibu Devi Analia, SP, MSi selaku Pembimbing II yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan, dorongan, serta saran dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih juga penulis ucapkan kepada Bapak Ir. M. Refdinal, M.Si, Ibu Ir. Zelfi Zakir, M.Si dan Ibu Rini Hakimi, SP, M.Si atas saran dan masukan yang telah diberikan dalam penyempurnaan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Dekan Fakultas Pertanian, Ketua dan Sekretaris Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, seluruh dosen dan karyawan yang telah memfasilitasi dalam proses pendidikan sarjana penulis. Ucapan terima kasih juga untuk Ibu Gusni Mawarita yang telah meluangkan waktu, memberi informasi, pengetahuan dan data yang dibutuhkan dalam penyusunan dan penyelesaian hasil penelitian ini.

Penelitian ini mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak. Harapan penulis semoga tulisan ini dapat dimanfaatkan untuk pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan ilmu pertanian khususnya.

Padang, Juli 2015

M . I

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Agroindustri	8
B. Usaha Kecil	9
1. Sagun Bakar	10
2. Bunga Dahlia.....	11
C. Analisa Usaha	11
1. Aspek Operasional.....	12
2. Diversifikasi Produk	10
3. Aspek Pemasaran.....	16
4. Aspek Keuangan	18
D. Penelitian Terdahulu	24
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian	26
B. Metode Penelitian.....	26
C. Metode Pengambilan Sampel.....	27
D. Metode Pengumpulan Data	27
E. Variabel yang Diamati	28

F. Analisis Data	31
1. Analisis Kualitatif.....	31
2. Analisis Kuantitatif.....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Wilayah Kota Bukittinggi.....	36
B. Aktivitas Usaha	37
1. Gambaran Umum Usaha Sagun Bakar Allanta	37
C. Aspek Operasional Usaha	43
1. Pengadaan Bahan baku.....	43
2. Proses Produksi.....	45
3. Aspek Sumber Daya Manusia	50
4. Mesin dan Peralatan.....	53
D. Aspek Pemasaran	54
1. Produk.....	55
2. Harga	59
3. Distribusi	61
4. Promosi.....	63
E. Analisis Keuangan	65
1. Sumber dan Penggunaan Dana	65
2. Pencatatan Laporan Keuangan	66
F. Analisis Keuntungan dan Titik Impas	67
1. Produksi.....	67
2. Biaya.....	68
3. Harga Jual	76
4. Pendapatan Penjualan	78
5. Keuntungan.....	80
6. Analisis Titik Impas.....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	86
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Variabel Komponen Bauran Pemasaran	17
2. Format Laporan Laba Rugi dengan Metode <i>Variabel Costing</i> .	32
3. Biaya Bahan Baku Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014.....	69
4. Biaya Bahan Penolong Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014.....	70
5. Rincian Biaya Produksi Produk Sagun Bakar <i>original</i> Usaha Sagun Bakar Allanta	77
6. Rincian Biaya Produksi Produk Sagun Bakar Umbi Dahlia Usaha Sagun Bakar Allanta	77
7. Jumlah Pendapatan Penjualan Usaha Sagun Bakar Allanta <i>original</i> Periode Januari-Desember 2014	78
8. Jumlah Pendapatan Penjualan Usaha Sagun Bakar Allanta Umbi Dahlia Periode Januari-Desember 2014.....	79
9. Laporan Laba Rugi Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014.....	81
10. Titik Impas pada Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Siklus Sumber Dana dan Penggunaannya.....	18
2. Struktur Organisasi Usaha Sagun Bakar Allanta	41
3. Bagan Alir Proses Produksi Sagun Bakar <i>original</i>	48
4. Bagan Alir Proses Produksi Sagun Bakar Umbi Dahlia	49
5. Skema Saluran Distribusi Usaha Sagun Bakar Allanta.....	62
6. Grafik Titik Impas Sagun Bakar <i>original</i>	85
7. Grafik Titik Impas Sagun Bakar Umbi Dahlia	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Industri Kue Kering dengan P-IRT Dinas Kesehatan.....	91
2. Jumlah Perusahaan Dagang di Kota Bukittinggi	93
3. Skala Usaha Menurut Tenaga Kerja	94
4. Mitra Usaha Sagun Bakar Allanta	95
5. Penerimaan Usaha Sagun Bakar Allanta Tahun 2010-2014...	98
6. Volume Produksi dan Penjualan Sagun Bakar <i>Original</i> dan Sagun Bakar Umbi Dahlia Periode Januari-Desember 2014..	99
7. Rincian Biaya Bahan Baku Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014	101
8. Rincian Biaya Bahan Penolong Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014	102
9. Identitas Tenaga Kerja Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014	105
10. Biaya Pemakaian Bahan Bakar Gas, dan Komunikasi Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014	106
11. Biaya Pengemasan Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014	108
12. Biaya Pemasaran Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014	110
13. Biaya Pemakaian Listrik, dan Air Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014	111
14. Rincian Biaya Pemakaian Listrik Usaha Sagun Bakar Allanta yang Berproduksi di Rumah Periode Januari-Desember 2014	112
15. Jenis Investasi, Peralatan dan Penyusutan pada Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014	114
16. Biaya Penyusutan dengan Saldo Menurun Berganda	116
17. Biaya Pemeliharaan Alat dan Kendaraan Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014.....	122
18. Biaya Tenaga Kerja Pengolahan Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014	123

19.	Biaya Diperhitungkan Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014	124
20.	Rincian Biaya Variabel dan Tetap Produk Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014	125
21.	Perhitungan Alokasi Biaya Bersama Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014	126
22.	Rincian Biaya Bersama Variabel dan Tetap Produk Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014.....	127
23.	Total Penerimaan Usaha Sagun Bakar Allata Periode Januari-Desember 2014	131
24.	Laporan Laba/Rugi per Bulan Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014	132
25.	Perhitungan Titik Impas Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014	134
26.	Dokumentasi Usaha Sagun Bakar Allanta.....	136

ANALISA USAHA SAGUN BAKAR ALLANTA DI KOTA BUKITTINGI

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan aktivitas usaha yang meliputi aspek operasional dan pemasaran usaha, dan menganalisis pengelolaan keuangan, tingkat keuntungan dan titik impas usaha. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan analisis data kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan diversifikasi produk sagun bakar dengan memanfaatkan umbi dahlia yang bermanfaat bagi kesehatan memperoleh pendapatan penjualan yang lebih rendah. Dilihat dari aspek operasional, usaha ini belum memiliki manajemen yang baik, pemilik usaha merangkap sebagai pimpinan, bagian keuangan dan bagian pemasaran. Dilihat dari aspek pemasaran, usaha menetapkan harga berdasarkan *cost plus pricing* dan melakukan promosi melalui periklanan, promosi penjualan, publisitas dan *personal selling*, akan tetapi pemasaran untuk produk umbi dahlia belum tepat sasaran. Dilihat dari aspek keuangan, modal awal usaha berasal dari pihak usaha dan pinjaman dari PT.Sucofindo. Usaha ini belum melakukan pencatatan keuangan dengan baik, sehingga belum terekam jelas apa saja biaya yang dikeluarkan, dan keuntungan yang didapat dari fluktuasi penjualan. Berdasarkan analisis keuntungan dan titik impas menunjukkan bahwa selama periode akuntansi Januari-Desember 2014 usaha memperoleh keuntungan sebesar Rp. 417.942.476,- dan telah berproduksi diatas titik impas usaha dimana impas kuantitas produk sagun bakar *original* sebesar 12.149 bungkus dan produk sagun bakar umbi dahlia 451 bungkus dengan impas penjualan produk sagun bakar *original* sebesar Rp. 169.341.077,-, dan produk sagun bakar umbi dahlia Rp. 11.932.894,-. Sehubungan dengan penelitian ini disarankan agar usaha ini mengoptimalkan pemasaran produk sagun bakar umbi dahlia dengan mengarahkan pasar sasaran kepada konsumen yang peduli akan kesehatan, melakukan pencatatan laporan keuangan yang lebih detail dan bertahan diatas titik impas usaha.

Kata kunci : *aspek usaha, diversifikasi produk, keuntungan, titik impas*

BUSINESS ANALYSIS OF SAGUN BAKAR ALLANTA IN BUKITTINGGI

Abstract

The research aims to describe business activities including operational and marketing aspects of the business, and to analyze financial management, profitability and the break-even point of the business. The research uses descriptive method with qualitative and quantitative data analysis. The results show that diversification of sagun bakar product with the dahlia tubers which is beneficial for health, gain lower sales. From the operational aspect, the business does not have good management practices. The owner plays a number of roles, including leader, financial, and marketing manager. From the marketing aspect, the price is based on cost plus pricing. Moreover, the products are promoted through advertisement, sales promotion, publicity, and personal selling. Yet, the marketing of the dahlia tubers product has not been well targeted. From the financial aspect, initial capital came from the business owners and loans from PT Sucofindo. The business has not made proper financial records. The fluctuation of costs and sales were not clearly recorded. Profits and breakeven point analysis during January – December show that the business profit was Rp. 417.942.476,- and it has been producing over the breakeven point. The break-even point of original sagun product quantity is 12.149 packs and dahlia tubers sagun product is 451 packs with a break-even sales of original sagun products and dahlia tubers sagun product are Rp. 163.341.077 and Rp. 11.932.894, respectively. The research suggest that the business should optimize the marketing of dahlia tubers sagun products, particularly to the consumers that aware about health issues. In addition, the business should make proper financial records and maintain to operate above the break-event point.

Key words: aspect of business, product diversification, profit, break-event point.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan pertanian memiliki peran yang strategis dalam perekonomian nasional. Peran strategis pertanian tersebut digambarkan melalui kontribusi yang nyata melalui pembentukan *capital* (penyediaan bahan pangan, bahan baku industri, pakan dan bioenergi), penyerap tenaga kerja, sumber devisa negara, sumber pendapatan, serta pelestarian lingkungan melalui praktek usahatani yang ramah lingkungan. Berbagai peran strategis pertanian bermaksud sejalan dengan tujuan pembangunan perekonomian nasional yaitu meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia, mempercepat pertumbuhan ekonomi, mengurangi kemiskinan, menyediakan lapangan kerja, serta memelihara keseimbangan sumberdaya alam dan lingkungan hidup (Kementerian Pertanian, 2009).

Pembangunan pertanian tanaman pangan dan hortikultura sebagai bagian dari pembangunan nasional adalah pembangunan yang berkelanjutan dan berwawasan lingkungan yang bertujuan untuk meningkatkan hasil dan mutu produksi, mengembangkan usaha profesional yang efektif dan efisien serta mampu bersaing di pasar bebas, baik di dalam negeri maupun luar negeri sehingga punya kontribusi terhadap perekonomian daerah. Berbagai usaha pertanian tanaman pangan dan hortikultura baik secara aspek produksi, pengolahan maupun pemasaran memiliki potensi besar sebagai sumber percepatan pertumbuhan ekonomi daerah. Revitalisasi pertanian menjadi penting tidak hanya dalam mendorong percepatan pertumbuhan produksi, tetapi juga dalam peningkatan nilai tambah produk lokal dengan pengembangan agroindustri di pedesaan (Dinas Pertanian Tanaman Pangan, 2011).

Menurut Soekartawi (2001 : 10) agroindustri dapat diartikan menjadi dua hal, yaitu: 1) Agroindustri adalah industri yang mengolah bahan baku utama dari produk pertanian yang menekankan pada *food processing management* dalam suatu produk olahan, dan 2) Agroindustri juga dapat diartikan sebagai suatu tahapan pembangunan sebagai kelanjutan dari pembangunan pertanian, tetapi sebelum tahapan pembangunan tersebut mencapai tahapan pembangunan industri.

Industri pengolahan merupakan salah satu faktor penunjang ekonomi daerah, dimana sektor industri dapat diandalkan sebagai penyerap utama lapangan kerja produktif, yang secara bertahap menggantikan peran sektor pertanian.

Banyaknya industri pengolahan hasil pertanian yang berkembang saat ini didaerah Sumatera Barat umumnya dan didaerah Kota Bukittinggi khususnya membuat persaingan semakin tinggi. Industri makanan dan minuman pada umumnya lebih banyak bergerak dalam skala usaha industri kecil dengan persentase pada tahun 2012 sebesar 99,6% dan sebesar 0,4% industri skala besar dan sedang (BPS, 2013).

Salah satu industri skala kecil yang bergerak di Bukittinggi yaitu industri kue kering yang mengusahakan berbagai macam produk makanan. Berdasarkan data P-IRT Dinas Kesehatan untuk wilayah Bukittinggi dan Agam, dapat dilihat bahwa banyaknya pesaing untuk industri kue kering (Lampiran 1). Industri produk kue kering yang mampu bersaing di Kota Bukittinggi adalah Sagun Bakar Allanta, produk kue kering Sagun Bakar Allanta merupakan sebuah makanan tradisional yang dapat dijadikan sebagai salah satu makanan cemilan yang memiliki cita rasa yang khas dari proses pembuatan produk tersebut yaitu dengan proses pembakaran. Selain dijadikan makanan cemilan, sagun bakar ini juga memiliki manfaat untuk kesehatan, hal ini dikarenakan sagun bakar yang diproduksi oleh Sagun Bakar Allanta ini memanfaatkan kandungan inulin yang berasal dari umbi dahlia.

Banyaknya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Bukittinggi menyebabkan tingginya persaingan usaha didaerah ini, hal ini dapat terlihat pada jumlah perusahaan perdagangan di Kota Bukittinggi (Lampiran 2). Tingginya persaingan UMKM ini menyebabkan susah nya usaha merebut peluang pasar. Upaya yang dilakukan oleh usaha Sagun Bakar Allanta untuk memasuki pasar adalah dengan mengikuti pasar lelang dan bazar yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Sumatra Barat, dan bergabung dengan komunitas UMKM Sumatera Barat untuk memperluas pasar dan mitra usaha, namun tidak semua usaha dapat memasuki pasar dengan mudah, hal ini memicu banyaknya pesaing yang meniru persis produk-produk dari usaha lain yang telah terlebih dahulu memasuki pasar. Salah satu pesaing usaha Sagun Bakar Allanta membuat

produk yang sangat mirip dengan hasil produksi usaha Sagun Bakar Allanta, mulai dari bentuk produk, tekstur, hingga kemasan dan mereknya, kemudian mereka menjual dengan harga yang lebih murah (Kompasiana, 2011).

Tingginya persaingan dalam merebut peluang pasar inilah yang mempengaruhi penjualan pada usaha Sagun Bakar Allanta. Oleh sebab itu dilakukan diversifikasi produk yaitu dengan memproduksi produk sagun bakar *original* dan sagun bakar umbi dahlia. Usaha Sagun Bakar Allanta ini menjadi menarik untuk diteliti karena usaha sagun bakar ini memanfaatkan umbi dahlia sebagai penambah cita rasa makanan, umbi dahlia dapat dijadikan bahan alternatif untuk produk kue kering. Didorong dengan adanya Bukittinggi *The City Of Dahlia* yang dicanangkan oleh Gubernur Sumbar Irwan Prayitno di Istana Bung Hatta Bukittinggi yang dikoordinir oleh Komunitas Pecinta Bukittinggi Berbunga pada Minggu 8 Mei 2011, hal inilah yang menarik Ibu Ani sebagai pemilik usaha Sagun Bakar Allanta untuk memproduksi usaha kue kering dengan memanfaatkan pengolahan umbi bunga dahlia.

Didukung oleh Ibu Yenni Rista sebagai ketua Komunitas Pecinta Bukittinggi Berbunga yang telah lebih dahulu mengenal manfaat dari bunga dahlia ini sendiri ketika berada di Amerika, beliau mendorong Ibu Ani untuk mengolah umbi bunga dahlia ini menjadi makanan. Disamping menghasilkan bunga yang indah dan sangat memiliki nilai komersil untuk industri bunga potong, umbi dahlia sendiri memiliki kandungan inulin yang baik untuk kesehatan. Inulin merupakan bahan pangan golongan polisakarida/karbohidrat yang digunakan untuk meningkatkan citarasa, kestabilan dan akseptabilitas makanan dengan kadar lemak dan gula rendah (Niness 1999, dalam Yenni, 2013).

Berdasarkan hal diatas dapat dilihat bahwa industri kecil memiliki peranan yang sangat penting dalam pembangunan daerah sehingga diperlukan pengembangan usaha. Setiap usaha yang dipasarkan selalu berorientasi pada keuntungan, salah satu alat untuk melihat keuntungan atau kerugian yang diperoleh oleh suatu usaha adalah dengan melakukan analisa usaha. Analisa usaha dapat memberikan informasi lengkap tentang modal yang diperlukan, penggunaan modal, besar biaya yang diperlukan, dan tingkat keuntungan yang diperoleh. Analisa usaha ini sangat penting dilakukan setiap usaha untuk mengukur atau

menghitung keuntungan atau kerugian yang diperoleh suatu usaha, serta memberi gambaran keadaan usaha pada masa sekarang maupun pada masa yang akan datang untuk melakukan perencanaan usaha (Kasmir, 2012 : 2).

B. Rumusan Masalah

Usaha Sagun Bakar Allanta memiliki tempat pemasaran di sebuah outlet penjual oleh-oleh yang beralamat di Jalan Raya Bukittinggi-Payakumbuh, tepatnya di Batang Aia Katiak, Jorong Biaro, Nagari Biaro Gadang, Kecamatan Ampek Angkek, Kabupaten Agam. Usaha ini didirikan pada tahun 2005 dengan nama Allanta Que yang memproduksi berbagai macam produk kue kering yang terdiri dari, sagun bakar, beras rendang, kue sapik, brownis kukus, dan aneka kue kering, akan tetapi usaha ini hanya beroperasi disekitar rumah pemilik usaha sebagai penyaluran hobi dan penambah pemasukan bagi keluarga. Usaha beroperasi ketika adanya pesanan dengan kuantitas produksi yang sangat kecil.

Pada tahun 2010 untuk mengembangkan usaha, pemilik usaha Sagun Bakar Allanta mengikuti pembinaan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sumatera Barat untuk mengikuti perlombaan Gugus Kendali Mutu yang diadakan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sumatera Barat. Usaha Sagun Bakar Allanta berhasil memenangkan perlombaan Gugus Kendali Mutu tersebut, kemudian usaha ini memperoleh izin usaha industri kue kering dengan izin P-IRT No.2061 3070 1160 dari Dinas Kesehatan Kabupaten Agam dengan nama usaha Allanta. Sagun Bakar Allanta dijadikan sebagai nama usaha dikarenakan bahwa dalam perkembangan usaha Allanta Que, hanya sagun bakar yang memiliki pasar yang potensial, oleh sebab itu usaha ini berfokus pada satu produk yaitu sagun bakar.

Sagun Bakar Allanta termasuk salah satu industri skala kecil dengan jumlah tenaga kerja 13 orang yang berperan dalam peningkatan perekonomian di Kota Bukittinggi. Sagun Bakar Allanta merupakan industri pengolahan yang masuk kedalam skala usaha kecil apabila dilihat dari jumlah tenaga kerja (Lampiran 3). Usaha ini berproduksi ditempat pemilik usaha yang beralamat di Jl.Kemuning Pintu Kabun Bukittinggi sejak tahun 2005, namun setelah adanya pengembangan usaha pada tahun 2010 Sagun Bakar Allanta di produksi pada sebuah pabrik pengolahan yang berada di Jl. Soekarno Hata No. 90A, Bukittinggi.

Usaha kue kering yang diprakarsai oleh Ibu Ani ini telah mampu menguasai pasar industri kue kering di Sumatera Barat, hal ini dibuktikan dengan telah adanya kerja sama antara industri kue kering Sagun Bakar Allanta dengan kurang lebih dari 90 outlet penjual makanan oleh-oleh di Sumatera Barat (Lampiran 4). Akan tetapi, semakin berkembangnya pasar untuk usaha kue kering diiringi dengan banyaknya pesaing untuk usaha sejenis. Munculnya banyak pesaing tersebut menyebabkan penurunan penjualan pada tahun 2010 yang terbukti dengan rendahnya penerimaan usaha pada tahun tersebut, namun untuk mengatasi banyaknya pesaing tersebut, usaha Sagun Bakar Allanta membuat produk sagun bakar aneka rasa selain dari sagun bakar *original* yang terdiri dari sagun bakar pisang, sagun bakar labu, dan sagun bakar keju. Hal ini terbukti dapat meningkatkan penerimaan usaha Sagun Bakar Allanta (Lampiran 5).

Untuk mengembangkan produk Sagun Bakar Allanta dan meningkatkan penjualan maka dilakukanlah diversifikasi produk pada industri kue kering ini. Tahun 2013 diproduksi produk kue kering Sagun Bakar Allanta *original* dan sagun bakar umbi dahlia, hal ini disebabkan menurunnya permintaan produk sagun bakar aneka rasa dan sekarang hanya bersifat pesanan dari beberapa mitra usaha Sagun Bakar Allanta. Adanya diversifikasi produk ini maka dibutuhkanlah tambahan investasi untuk pengolahan sagun bakar umbi dahlia, yaitu mesin pengolahan umbi dahlia menjadi tepung, oven pemanggang, cetakan paduan sagun bakar, dan kemasan.

Permasalahan yang dihadapi dalam memproduksi sagun bakar umbi dahlia itu sendiri adalah dalam hal pengolahan umbi dahlia menjadi tepung umbi dahlia, yaitu pada tahap pengeringan umbi dahlia, sehingga membutuhkan waktu pengolahan yang lebih lama. Kendala yang dihadapi oleh industri kue kering ini adalah penerimaan yang diperoleh untuk produk sagun bakar umbi dahlia masih rendah dibandingkan dengan sagun bakar *original* yang telah di produksi terlebih dahulu, hal ini disebabkan masih rendahnya produksi untuk produk sagun bakar umbi dahlia dibandingkan produk sagun bakar *original* sehingga kurangnya penjualan yang dilakukan (Lampiran 6).

Oleh sebab itu, kurangnya penjualan untuk produk sagun bakar umbi dahlia menyebabkan rendahnya penerimaan untuk produk tersebut. Hal ini menyebabkan

perlunya pengelolaan keuangan yang baik agar usaha Sagun Bakar Allanta tidak mengalami kerugian karena adanya tambahan biaya pada produksi Sagun Bakar Allanta. Pentingnya pengelolaan keuangan yang baik dilakukan agar tercapai tujuan usaha yaitu laba yang maksimum. Laba yang maksimum dalam industri kue kering ini akan dapat diwujudkan apabila suatu usaha mampu menekan biaya operasional dengan menentukan harga jual sedemikian rupa, dan meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin.

Untuk mengukur laba yang diperoleh pada industri kue kering ini dapat dilakukan dengan analisa usaha. Analisa usaha ini sendiri bertujuan untuk mengukur tingkat keuntungan dan titik impas usaha yang diperoleh dengan melihat aktivitas usaha. Analisa usaha penting dilakukan pada usaha Sagun Bakar Allanta agar dapat bertahan sebagai industri kue kering yang memproduksi dua jenis produk Sagun Bakar Allanta yaitu sagun bakar *original* dan sagun bakar umbi dahlia.

Melalui rumusan masalah diatas, penulis merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana aktivitas usaha yang dilihat dari aspek operasional, dan aspek pemasaran pada usaha Sagun Bakar Allanta?
2. Bagaimana pengelolaan keuangan yang dilihat dari tingkat keuntungan dan titik impas usaha?

Berdasarkan pertanyaan diatas maka mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **Analisa Usaha Sagun Bakar Allanta di Kota Bukittinggi**.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan aktivitas usaha yang terdiri dari aspek operasional, dan pemasaran pada usaha Sagun Bakar Allanta.
2. Menganalisis pengelolaan keuangan yang dilihat dari tingkat keuntungan dan titik impas usaha pada usaha Sagun Bakar Allanta.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan, informasi dan saran untuk pihak-pihak yang terlibat pada usaha Sagun Bakar Allanta.
2. Memberi informasi yang dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan usaha Sagun Bakar Allanta.
3. Sebagai bahan bacaan yang bermanfaat bagi pembaca, kalangan akademis, pengambil kebijakan terhadap pengembangan usaha yang baik, serta sebagai acuan terdahulu untuk penelitian selanjutnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Agroindustri

Agroindustri adalah industri yang berbahan baku utama dari produk pertanian, yang menekankan pada *food processing management* dalam suatu perusahaan produk olahan (Soekartawi, 2005 : 9). Menurut FAO (Hicks, 1996 dalam Soekartawi, 2005 : 10) suatu industri yang menggunakan bahan baku dari pertanian dengan jumlah minimal 20% dari jumlah bahan baku yang digunakan disebut “agroindustri”.

Menurut Soekartawi (2001 : 10) agroindustri dapat diartikan menjadi dua hal, yaitu: 1) Agroindustri adalah industri yang mengolah bahan baku utama dari produk pertanian yang menekankan pada *food processing management* dalam suatu produk olahan, dan 2) Agroindustri juga dapat diartikan sebagai suatu tahapan pembangunan sebagai kelanjutan dari pembangunan pertanian, tetapi sebelum tahapan pembangunan tersebut mencapai tahapan pembangunan industri. Industri pengolahan merupakan salah satu faktor penunjang ekonomi daerah, dimana sektor industri dapat diandalkan sebagai penyerap utama lapangan kerja produktif, yang secara bertahap menggantikan peran sektor pertanian.

Menurut Soekartawi (2001 : 2) sebagai motor penggerak pembangunan pertanian, agribisnis dan agroindustri diharapkan akan dapat memainkan peranan penting dalam kegiatan pembangunan daerah, baik dalam sasaran pemerataan pembangunan, pertumbuhan ekonomi maupun stabilitas nasional. Peluang untuk menumbuhkembangkan kegiatan agroindustri mencakup aspek lingkungan strategis, permintaan, sumber daya dan teknologi. Pada intinya, peran agroindustri dalam perekonomian nasional suatu negara adalah: a) mampu meningkatkan pendapatan pelaku agribisnis khususnya dan pendapatan masyarakat pada umumnya, b) mampu menyerap tenaga kerja, c) mampu meningkatkan perolehan devisa, d) mampu menumbuhkan industri yang lain, khususnya industri pedesaan (Soekartawi, 2005 : 17).

B. Usaha Kecil

Berdasarkan Undang-Undang No. 9 tahun 1995 dalam (Golrida, 2008 : 4) usaha kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih maksimal Rp. 200 juta dan hasil penjualan tahunan sebanyak-banyaknya Rp. 1 Milyar. Kriteria usaha kecil adalah usaha yang modal pemiliknya relatif kecil, memiliki aktivitas-aktivitas sederhana yang membutuhkan pembukuan formal, tetapi tidak kompleks.

Usaha kecil ialah kegiatan usaha yang mempunyai modal awal yang kecil, atau nilai kekayaan (*asset*) yang kecil dan jumlah pekerja yang juga kecil. Nilai modal awal dan aset yang dimiliki usaha kecil adalah sebesar kurang dari Rp 200 juta, dengan jumlah pekerja kurang dari 20 orang (Sukirno, 2006 : 365).

Peran penting usaha kecil selain merupakan wahana utama dalam penyerapan tenaga kerja, juga sebagai penggerak roda ekonomi serta pelayanan masyarakat. Hal ini dilihat dari karakteristik usaha kecil yang tidak terpengaruh dengan adanya krisis ekonomi karena dijalankan dengan ketergantungan yang rendah terhadap pendanaan sektor moneter serta keberadaannya yang tersebar diseluruh pelosok negeri sehingga merupakan jalur distribusi yang efektif untuk menjangkau sebagian besar rakyat (Anoraga, 2007 : 52).

Industri kecil merupakan bagian integral dunia usaha yang mempunyai kedudukan, potensi dan peranan yang sangat penting dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional. Industri kecil adalah badan usaha yang menjalankan proses produksi untuk menghasilkan barang dan jasa dalam skala kecil. Dilihat dari sifat dan bentuknya dicirikan oleh: 1) manajemen berdiri sendiri, dimana manajer perusahaan adalah pemilik usaha sehingga pemilik bertindak sebagai pengambil keputusan, 2) daerah operasinya lokal, dimiliki dan dilaksanakan oleh masyarakat lokal sehingga mampu mengembangkan sumberdaya manusia dan menerapkan teknologi lokal (*indigeneous technology*) sehingga dapat dikembangkan oleh tenaga lokal, 3) investasi modal terbatas, modal disediakan oleh seorang pemilik atau sekelompok pemilik, dan 4) penyelenggaraan di bidang operasinya tidak dominan (Fuad, 2006 : 53).

Menurut Anoraga (2007 : 54) terdapat keunggulan dan kelemahan dalam usaha kecil, yaitu diantaranya keunggulan dari usaha kecil meliputi: 1) usaha kecil beroperasi menebar diseluruh pelosok dengan berbagai ragam bidang usaha,

sehingga dapat menyerap tenaga kerja dengan jumlah yang besar, 2) usaha kecil beroperasi dengan investasi modal yang rendah, sehingga implikasinya usaha kecil memiliki kebebasan yang tinggi untuk masuk atau keluar dari pasar dan tidak akan dipengaruhi oleh krisis ekonomi, 3) usaha kecil menggunakan teknologi sederhana, sehingga distribusi nilai tambah pada tenaga kerja relatif besar. Sedangkan kelemahan usaha kecil adalah investasi awal dapat mengalami kerugian yang disebabkan adanya perubahan mode, peraturan pemerintah, persaingan, masalah tenaga kerja, dan cenderung menghasilkan pendapatan yang tidak teratur.

Masalah yang dimiliki oleh usaha kecil adalah dibidang manajemen usaha, dimana pemilik usaha tidak mampu menentukan pola manajemen yang sesuai dengan kebutuhan dan tahap perkembangan usaha, sehingga usaha kecil tidak dapat menentukan keuntungan yang akan diperoleh usaha. Masalah manajemen yang dimiliki usaha kecil meliputi: a) masalah pemasaran, yaitu permasalahan persaingan pasar dan produk, permasalahan terhadap informasi pasar, dan kelembagaan pendukung usaha kecil, b) masalah kemitraan, c) masalah sumber daya manusia, yaitu permasalahan dalam penentuan struktur organisasi, masalah tenaga kerja dan pembagian kerja, d) masalah keuangan, yaitu masalah perhitungan hasil kegiatan usaha, masalah modal, dan masalah pemisahan keuangan rumah tangga dan keuangan perusahaan (Anoraga, 2007 : 56-60).

1. Sagun Bakar

Salah satu produk makanan yang tergolong dalam usaha kecil adalah produk sagun bakar. Sagun bakar adalah salah satu jenis jajanan pasar yang terbuat dari tepung. Kue sagun bakar menggunakan bahan dasar utama berupa kelapa parut dan tepung ketan. Penggunaan tepung ketan bisa juga diganti dengan tepung sagu atau tepung kanji. Asal nama "kue sagon" berasal dari pemakaian tepung sagu sebagai salah satu bahan utama kuenya.

2. Bunga Dahlia

a. Sejarah Singkat

Dahlia merupakan tanaman bunga hias berupa tumbuhan tahunan yang tegak. Tanaman ini berasal dari pegunungan Meksiko. Dahlia termasuk tanaman hias yang terlambat dibudidayakan. Di Eropa budidaya dimulai tahun 1789, dari Royal Botanical Garden di Madrid, Spanyol dan menyebar ke seluruh Eropa Barat. Walaupun perkembangannya sangat lambat, pada tahun 1841 sudah terdapat 1.200 varietas. Dahlia didatangkan ke Jawa Barat dari Negara Belanda pada masa penjajahan di abad ke 19 (Prihatman, 2000 : 1).

b. Manfaat Tanaman

Dahlia adalah tanaman berumbi, umbi dahlia mengandung hampir 70 persen pati dalam bentuk inulin. Inulin murni hasil ekstraksi dari ubi dahlia dimanfaatkan di bidang kedokteran. Jika inulin difermentasi oleh enzim tertentu atau oleh jamur tanah, inulin akan berubah menjadi fruktosa, suatu gula yang banyak digunakan dalam pengawetan makanan atau pembuatan sirup. Karena itu, pemanfaatan inulin dari dahlia melalui biokonversi menjadi gula fruktosa (Prihatman, 2000 : 2).

Menghasilkan bunga yang indah dan sangat memiliki nilai komersil untuk industri bunga potong, umbi dahlia sendiri memiliki kandungan inulin yang baik untuk kesehatan. Inulin merupakan bahan pangan golongan polisakarida /karbohidrat yang digunakan untuk meningkatkan citarasa, kestabilan dan akseptabilitas makanan dengan kadar lemak dan gula rendah (Niness 1999, dalam Yenni, 2013).

C. Analisa Usaha

Badan usaha sering disebut dengan istilah perusahaan, yaitu suatu unit kegiatan produksi yang mengolah sumber-sumber ekonomi atau faktor-faktor produksi untuk menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan memuaskan kebutuhan masyarakat. Setiap bentuk badan usaha mempunyai ciri-ciri tersendiri. Pemilihan bentuk badan usaha yang paling sesuai untuk suatu bisnis tertentu harus ditetapkan pada saat

perusahaan akan didirikan atau akan memulai melaksanakan operasinya (Firdaus, 2007 : 40-43).

Analisa usaha dilakukan untuk mengidentifikasi masalah di masa yang akan datang, sehingga dapat meminimalkan hasil yang ingin dicapai dalam suatu investasi, dengan memperhitungkan hal-hal yang akan menghambat peluang dari investasi yang akan dijalankan. Jadi dengan adanya analisa usaha dapat memberikan pedoman atau arahan kepada usaha yang akan dijalankan nantinya (Kasmir, 2012 : 3).

Menurut Yacob (1998 : 1) analisa usaha adalah kegiatan untuk menilai sejauh mana manfaat yang dapat diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha/proyek. Sedangkan usaha adalah kegiatan atau usaha yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan target yang diinginkan dalam berbagai bidang, baik jumlah maupun waktunya (Kasmir,dkk, 2012 : 6).

Menurut Firdaus (2007 : 60) perusahaan didirikan untuk mencari laba, laba adalah tujuan perusahaan, sehingga keberhasilan dan kegagalan perusahaan akan diukur dengan laba yang diperoleh. Suatu usaha akan dinilai dari biaya-biaya yang akan dikeluarkan dan penerimaan yang diperoleh. Selisih dari keduanya merupakan pendapatan dari usaha yang dilakukan. Penerimaan adalah nilai produksi yang dihasilkan oleh suatu usaha, dimana semakin besar produksi yang dihasilkan semakin besar pula penerimaannya, sebaliknya produksi rendah akan memberikan penerimaan yang rendah pula (Teken dan Asnawi dalam Rachis, 2013 : 8).

1. Aspek Operasional

Aspek operasional dalam suatu usaha mencakup aspek produksi. Secara umum produksi diartikan sebagai suatu kegiatan atau proses yang mentransformasikan masukan (*input*) dengan menggunakan sumber-sumber daya untuk menghasilkan keluaran (*output*) berupa barang atau jasa. Secara ekonomi produksi dan operasi adalah kegiatan yang berhubungan dengan usaha untuk menciptakan dan menambah kegunaan atau utilitas suatu barang atau jasa (Assauri, 2008 : 18).

Proses produksi dapat diartikan sebagai cara, metode dan teknik untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan-bahan, dan dana) yang ada. Terdapat 2 jenis produksi yaitu proses produksi yang terputus-terputus dan proses produksi yang terus menerus. Proses produksi yang terputus-putus memiliki jangka waktu yang pendek dalam menyediakan alat-alat untuk mendapatkan variasi produk yang berganti-ganti karena tuntutan perubahan yang cepat. Sedangkan produksi yang terus menerus memiliki jangka waktu panjang tanpa adanya perubahan peralatan yang dimiliki suatu usaha (Assauri, 2008 : 105).

Ciri-ciri dari proses produksi yang terputus-putus (*intermittent process /manufacturing*) adalah sebagai berikut:

- a. Biasanya produk yang dihasilkan dalam jumlah yang sangat kecil dengan variasi yang sangat besar (berbeda) dan didasarkan atas pesanan.
- b. Proses seperti ini biasanya menggunakan sistem, atau cara penyusunan peralatan berdasarkan atas fungsi dalam proses produksi atau peralatan yang sama dikelompokkan pada tempat yang sama, yang disebut dengan *process lay out* atau *departmentation by equipment*.
- c. Mesin-mesin yang dipakai dalam proses produksi seperti ini adalah mesin-mesin yang bersifat umum yang dapat digunakan untuk menghasilkan bermacam-macam produk dengan variasi yang hampir sama, mesin yang dikenal dengan nama *General Purpose Machines*.
- d. Oleh karena mesin-mesinnya bersifat umum dan biasanya kurang otomatis, maka pengaruh individual operator terhadap produk yang dihasilkan sangat besar, sehingga operatornya perlu mempunyai keahlian atau *skill* yang tinggi dalam pengerjaan produk tersebut.
- e. Proses produksi tidak mudah/akan terhenti walaupun terjadi kerusakan atau terhentinya salah satu mesin atau peralatan.
- f. Oleh karena mesin-mesinnya bersifat umum dan variasi dari produknya besar, maka terhadap pekerjaan (*job*) yang bermacam-macam menimbulkan pengawasan (*controlling*) lebih sukar.

- g. Persediaan bahan mentah biasanya tinggi, karena tidak dapat ditentukan pesanan apa yang akan dipesan oleh pembeli dan juga persediaan bahan dalam proses lebih tinggi daripada *continous process/manufacturing*, karena prosesnya terputus-putus/ terhenti-henti.

Ciri-ciri proses produksi yang terus menerus (*continuous process / manufacturing*) adalah sebagai berikut:

- a. Biasanya produk yang dihasilkan dalam jumlah yang besar (produksi massa) dengan variasi yang sangat kecil dan sudah distandarisasi.
- b. Proses seperti ini biasanya menggunakan sistem atau cara penyusunan peralatan berdasarkan urutan pengerjaan dari produk yang dihasilkan yang disebut *product lay out* atau *departmentation by product*.
- c. Mesin-mesin yang dipakai dalam proses produksi seperti ini adalah mesin-mesin yang bersifat khusus untuk menghasilkan produk tersebut yang dikenal dengan nama *Special Purpose Machines*.
- d. Oleh karena mesin-mesinnya bersifat khusus dan biasanya agak otomatis maka pengaruh individual operator terhadap produk yang dihasilkan sekali, sehingga operatornya tidak perlu mempunyai kualitas sistem yang tinggi untuk pengerjaan produk tersebut.
- e. Oleh karena mesin-mesinnya bersifat khusus dan variasi dari produknya kecil maka *job structure*-nya sedikit dan jumlah tenaga kerjanya tidak terlalu banyak.
- f. Persediaan bahan mentah dan bahan dalam proses adalah lebih rendah daripada *intermittent process/manufacturing*.
- g. Oleh karena mesin-mesin yang dipakai bersifat khusus maka proses seperti ini membutuhkan *maintenance specialist* yang mempunyai pengetahuan dan pengalaman yang banyak.
- h. Biasanya bahan-bahan dipindahkan dengan peralatan *handling* yang *fixed (fixed path equipment)* yang menggunakan tenaga mesin seperti ban berjalan (*conveyer*) (Assauri, 2008 : 107).

2. Diversifikasi Produk

a. Definisi diversifikasi produk

Diversifikasi produk adalah merupakan suatu upaya kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengusahakan atau memasarkan beberapa produk baru yang sejenis dengan produk-produk yang sudah dipasarkan sebelumnya (Gitosudarmo, 1998). Sedangkan menurut Sudarsono (2001) diversifikasi produk merupakan suatu usaha penganekaragaman sifat dan fisik, baik yang dapat diraba/tidak dapat diraba (barang atau jasa) yang dihasilkan oleh perusahaan untuk digunakan konsumen didalam memuaskan kebutuhannya.

Adapun definisi diversifikasi produk menurut Tjiptono (2002) adalah upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru atau keduanya dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan pendapatan, penjualan, propabilitas dan fleksibilitas.

b. Jenis-jenis diversifikasi produk

Menurut Dafid (2006 : 236-239) ada tiga jenis diversifikasi produk sebagai berikut:

- i. Diversifikasi Konsentris yaitu produk-produk baru yang diperkenalkan memiliki kaitan/hubungan dalam hal pemasaran dan teknologi dengan produk yang sudah ada.
- ii. Diversifikasi Horizontal yaitu perusahaan menambah produk-produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang telah ada, tetapi dijual kepada pelanggan yang sama.
- iii. Diversifikasi Konglomerat yaitu produk-produk yang dihasilkan sama sekali baru dan tidak memiliki hubungan dalam hal pemasaran maupun teknologi dengan produk yang sudah ada dan dijual kepada pelanggan yang berbeda.

c. Tujuan Diversifikasi Produk

Menurut Tjiptono (2002), tujuan dari diversifikasi produk adalah meningkatkan pertumbuhan bila produk/pasar yang ada telah mencapai tahap kedewasaan *Product Live Cycle*, menjaga stabilitas dengan jalan menyebarkan

risiko fluktuasi laba dan meningkatkan kredibilitas dipasar modal. Sedangkan menurut Projo dan Gitosudarmo (1996), tujuan dari diversifikasi produk yaitu mengadakan perluasan usaha, menginginkan kegiatan yang menjadi serba besar, sehingga terdapat kemungkinan mendapatkan laba / keuntungan juga akan lebih besar, dapat menutup kerugian yang terdapat pada satu produk lain dan adanya keinginan usaha dalam menghilangkan persaingan.

3. Aspek Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh para pengusaha termasuk pengusaha tani (*agribusinessman*) dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya (*survival*), untuk mendapatkan laba, dan untuk berkembang. Berhasil tidaknya usaha tersebut sangat tergantung pada keahliannya dibidang pemasaran, produksi, keuangan dan sumber daya manusia (Firdaus, 2007 : 161).

Menurut Kotler dan Amstrong (2002 : 6) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan, baik kendala pembeli yang ada maupun pembeli potensial (William J.Stanton dalam Firdaus, 2007 : 161).

Untuk mencapai keuntungan dalam sebuah usaha, terdapat bauran pemasaran yang perlu diperhatikan sebagai faktor penting dalam memasarkan suatu produk. Bauran pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Variabel-variabel yang terdapat dalam bauran pemasaran terdiri dari:

a. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Hal yang perlu diperhatikan pada produk ini adalah atribut produk, penetapan merek, pengemasan, pelabelan dan pelayanan pendukung produk.

b. Harga

Harga merupakan elemen dalam bauran pemasaran yang mendatangkan biaya sedangkan elemen lain merupakan biaya. Tujuan dari penetapan harga adalah mendapatkan laba maksimal, mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan, mengurangi persaingan dan mempertahankan pangsa pasar.

c. Distribusi

Distribusi merupakan suatu kegiatan menyalurkan, menyebarkan, menyampaikan barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Dalam distribusi ini dapat dilihat saluran distribusi seperti apa yang sesuai untuk perusahaan.

d. Promosi

Promosi bertujuan untuk menyampaikan informasi, memposisikan produk, menambah nilai bagi produk dan meningkatkan penjualan. Promosi ini berkaitan dengan periklanan, promosi penjualan, publisitas dan penjualan personal (Kotler dan Amstrong, 2002 : 72).

Bauran pemasaran adalah kegiatan pemasaran yang terpadu dan saling menunjang satu sama lain. Keberhasilan perusahaan di bidang pemasaran didukung oleh keberhasilan dalam memilih produk yang tepat, harga yang layak, saluran distribusi yang baik, dan promosi yang efektif (Fuad, 2006 : 128).

Tabel 1. Variabel Komponen Bauran Pemasaran

Produk	Distribusi	Promosi	Harga
Kualitas	Saluran distribudi	Iklan	Tingkat harga
Fitur dan pilihan	Cakupan distribusi	Penjualan	Diskon dan
Gaya	Lokasi outlet	langsung	potongan penjualan
Nama merek	Wilayah penjualan	Promosi	Termin pembayaran
Kemasan	Lokasi dan tingkat	penjualan	
Lini produk	persediaan	Publisitas	
Garansi	Alat transportasi		
Tingkat pelayanan			
Layanan lain			

Sumber: David (2006 : 399)

Menurut Firdaus (2007 : 162) fungsi-fungsi pemasaran yang dilaksanakan oleh lembaga-lembaga pemasaran bermacam-macam, dimana terdapat tiga tipe fungsi pemasaran, yaitu:

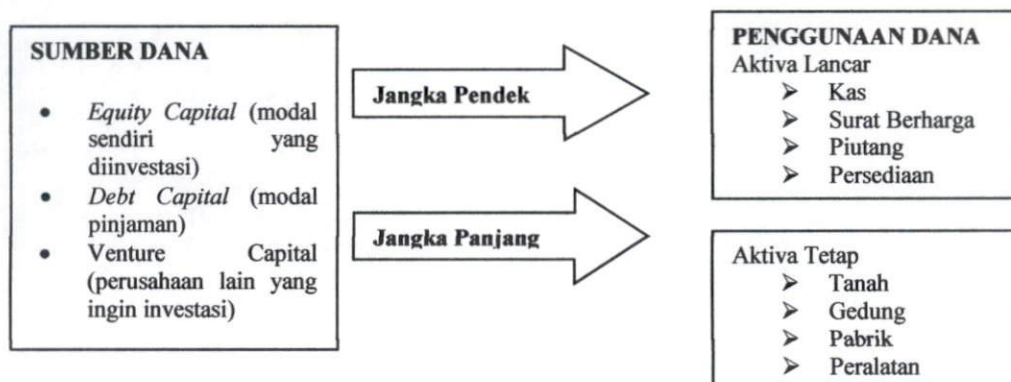
1. Fungsi pertukaran, seperti penjualan dan pembelian,
2. Fungsi fisik, seperti pengangkutan, penyimpanan dan pemrosesan,
3. Fungsi penyediaan fasilitas, seperti standarisasi, penanggungan resiko, informasi pasar, pengumpulan, komunikasi, dan pembiayaan.

4. Aspek Keuangan

a. Pengelolaan Keuangan

Menurut Basrowi (2011 : 131) ada tiga aspek yang harus diperhatikan dalam pengelolaan keuangan, yaitu: (1) aspek sumber dana, (2) aspek rencana dan penggunaan dana, (3) aspek pengawasan atau pengendalian keuangan. Terlihat pada Gambar 1 dibawah ini siklus sumber dana dan penggunaannya.

Menurut Subanar (1994 : 56-57) sumber dana menurut perolehannya terdiri dari: a) sumber *ekstern* atau dari luar perusahaan yang meliputi pemilik (peserta modal saham, dan lainnya), kreditur (kredit bank, utang pada pihak asing, dan lain-lain), dan b) sumber *intern* atau dari dalam perusahaan yang meliputi laba usaha, dan penyusutan aktiva (yang belum digunakan). Penggunaan dana yang dilakukan oleh perusahaan dikenal dengan prinsip pembelanjaan yang sehat yaitu: a) dana dari sumber-sumber dana jangka pendek dipergunakan untuk membiayai keperluan dana jangka pendek, b) dana dari sumber-sumber dana jangka panjang dipergunakan untuk membiayai keperluan dana jangka panjang.



Gambar 1. Siklus Sumber Dana dan Penggunaannya

Menurut Subanar (1994 : 54) anggaran kas merupakan alat pengendalian penggunaan kas dalam satu periode operasional usaha kecil yang berfungsi untuk: a) menentukan posisi kas pada berbagai waktu, b) meramalkan pemasukan dan pengeluaran kas dalam 1 periode, c) mempersiapkan keputusan jika terjadi kekurangan atau kelebihan dana dalam satu periode, d) sebagai dasar dalam pemberian kredit/piutang, e) alat pengendalian dan pengawasan untuk membandingkan target dengan realisasi/pelaksanaan penggunaan dana kas.

Sumber kas yang paling utama harus berupa penerimaan atau pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan itu sendiri, tetapi dalam keadaan mendesak tambahan kas dari luar dibutuhkan untuk membayar utang usaha jangka pendek. Salah satu sumber kas suatu usaha adalah modal, modal diartikan sebagai kekayaan bersih atau ekuitas pemilik dalam bisnis. Dalam konteks manajemen modal diartikan sebagai keseluruhan aktiva sehingga mencakup aktiva dan utang bisnis (Firdaus, 2007 : 100).

Dalam aspek finansial akan dilihat aliran kas (*cash flow*) sebuah perusahaan. *Cash flow* merupakan arus kas atau aliran kas yang ada di perusahaan dalam suatu periode tertentu. Aliran kas yang berhubungan dengan suatu usaha dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu, aliran kas permulaan (*initial cash flow*), aliran kas operasional (*operational cash flow*), dan aliran kas terminal (*terminal cash flow*). Pengeluaran-pengeluaran untuk investasi pada awal periode merupakan aliran kas permulaan. Aliran kas yang timbul selama operasi usaha disebut aliran kas operasional, sedangkan aliran kas terminal adalah aliran kas yang diperoleh ketika usaha berakhir (Husnan dan Suwarsono, 1994 : 186).

Menurut Darsono (2010 : 2) keuangan adalah ilmu mengelola keuangan yaitu aktivitas untuk memperoleh sumber kapital (modal) dengan biaya yang semurah-murahnya dan menggunakan seefektif dan seefisien mungkin. Dalam lingkup yang lebih luas, fungsi keuangan melibatkan penyediaan analisis keuangan untuk meningkatkan kebijakan yang akan mempengaruhi kekayaan dari pemilik usaha (Rahardjo, 2013 : 2).

Aspek keuangan (finansial) menyangkut antara pengeluaran dengan penerimaan dari pada proyek. Hal yang akan ditelaah dari aspek ini adalah jumlah kebutuhan dana modal tetap dan modal kerja awal yang diperlukan, dan struktur

permodalan yaitu perbandingan antara modal sendiri dan pinjaman, sumber pinjaman yang diharapkan dan persyaratannya. Laporan keuangan perusahaan disajikan dalam bentuk neraca (*balance sheet*), perhitungan laba-rugi (*income statement*), dan arus kas (*cash flows*) (Darsono, 2010 : 27).

Menurut Firdaus (2007 : 100) sumber daya keuangan dari waktu ke waktu harus selalu ditingkatkan. Adapun beberapa alasan yang dijadikan dasar untuk meningkatkan sumber daya keuangan tersebut antara lain:

1. Untuk memperluas dan meningkatkan pertumbuhan bisnis
2. Untuk melakukan aktivitas bisnis tambahan
3. Untuk menjaga atau meningkatkan likuiditas atau posisi kas perusahaan
4. Untuk meningkatkan posisi bersaing perusahaan.

Analisis keuangan menyangkut pengumpulan, pengolahan, dan pengontrolan segala catatan dan keterangan yang diperlukan untuk mengukur jalannya keuangan perusahaan dalam kurun waktu tertentu. Penganalisaan keuangan perusahaan harus mempunyai pembukuan tertentu, secara umum setiap perusahaan sekurang-kurangnya harus mempunyai laporan neraca dan laporan laba rugi. Laporan neraca dan laporan laba rugi ini digunakan untuk memperlihatkan hasil-hasil yang telah dicapai oleh perusahaan serta biaya yang telah terjadi selama periode tertentu (Kadarsan, 1992 : 107).

Menurut Kasmir (2012 : 110) laporan keuangan memberikan informasi tentang hasil-hasil usaha yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode tertentu dan biaya-biaya atau beban yang dikeluarkan untuk memperoleh hasil tersebut yang termuat dalam laporan laba/rugi.

b. Analisa Laba Rugi

Keberhasilan dari sebuah perusahaan dapat dilihat dari besarnya laba yang dihasilkan. Laporan laba rugi diperlukan untuk memberikan informasi mengenai keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan. Apabila pendapatan lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan maka perusahaan dapat dikatakan memperoleh laba dan begitu sebaliknya. Laba adalah selisih antara pendapatan yang diterima dengan keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan pendapatan tersebut (Munawir, 2004 : 26).

Menurut Mulyadi (1997 : 223) ukuran yang seringkali digunakan untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah laba yang diperoleh. Laba terutama dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu volume produk yang dijual, harga jual produk dan biaya. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki, harga jual mempengaruhi volume penjualan sedangkan volume penjualan langsung mempengaruhi volume produksi, dan volume produksi mempengaruhi biaya.

Menurut Rahardjo (2013 : 77) perhitungan laba-rugi merupakan laporan keuangan perusahaan yang menyajikan pendapatan (penerimaan) dan beban (pengeluaran) selama satu periode pembukuan. Laporan laba rugi adalah ringkasan dari bagian laporan keuangan yang mencakup semua penerimaan, keuntungan, pengeluaran dan kerugian pada satu unit usaha untuk melihat keberhasilan atau kegagalan dalam jangka waktu satu tahun (Kadarsan, 1992 : 122).

Laporan laba-rugi menyajikan informasi akuntansi penuh, yang berupa informasi masa lalu yaitu pendapatan penuh dan biaya penuh. Pendapatan penuh berisi pendapatan yang diperoleh perusahaan dari penjualan produk atau jasa kepada pihak luar. Biaya penuh yang mencakup unsur biaya produksi harus ditentukan dengan metode *full costing* (Mulyadi, 1997 : 57).

Penyajian laporan laba rugi yang menggunakan metode *variable costing* lebih menitikberatkan pada biaya yang berhubungan dengan perubahan volume usaha. Penentuan harga pokok produksi hanya memperhitungkan biaya produksi yang bersifat variabel yang terdiri dari biaya variabel, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik variabel (Mulyadi, 2001 : 122).

c. Biaya Bersama

Menurut Mulyadi (2005 : 335) biaya bersama adalah biaya *overhead* bersama (*joint cost*) yang harus dialokasikan keberbagai departemen baik perusahaan yang operasinya berdasarkan pesanan (*job order*) maupun operasinya bersifat kontinyu. Sedangkan biaya produk bersama (*joint product cost*) yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan sejak saat mula-mula bahan baku diolah sampai dengan saat dimana

berbagai macam produk dapat dipisahkan identitasnya. Biaya produk bersama ini terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik.

Menurut Widjaja (1993 : 277), biaya bersama adalah biaya-biaya material langsung, upah langsung dan overhead pabrik yang terjadi sampai satu titik dalam proses produksi. Biaya bersama tidak secara khusus diidentifikasi dengan setiap produk yang secara simultan di produksi, dimana biaya bersama harus dialokasikan kesetiap produk bersama.

Biaya bersama (*common cost*) adalah biaya mengoperasikan suatu fasilitas, aktivitas, atau objek biaya yang dibagi oleh dua atau lebih pengguna. Biaya bersama lebih rendah dibandingkan biaya individual bagi setiap pengguna. Tujuannya adalah untuk mengalokasikan biaya bersama kesetiap pengguna dengan cara yang wajar berdasarkan biaya individual dari objek biaya (Horngren,dkk, 2006 : 107)

Biaya bersama dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi berbagai macam produk yang dapat berupa produk bersama (*join product*) produk sampingan (*by-product*) dan ko-produk (Mulyadi, 2005 : 335).

Biaya bersama dapat dialokasikan kepada tiap-tiap produk bersama dengan menggunakan salah satu dari empat metode dibawah ini:

1. Metode nilai jual relatif, yaitu metode penentuan harga jual suatu produk yang merupakan perwujudan dari biaya-biaya yang dikeluarkan dalam mengelola produk tersebut.
2. Metode satuan fisik, yaitu metode penentuan harga pokok produk bersama sesuai dengan manfaat yang ditentukan oleh masing-masing produk akhir.
3. Metode rata-rata biaya persatuan, harga pokok masing-masing produk dihitung dengan proporsi kuantitas yang diproduksi.
4. Metode rata-rata tertimbang, jika dalam metode rata-rata biaya persatuan dasar yang dipakai dalam mengalokasikan biaya bersama adalah kuantitas produksi, maka dalam metode rata-rata tertimbang kuantitas produksi ini dikalikan dengan angka penimbang dan hasil kalinya dipakai sebagai dasar alokasi (Mulyadi, 2005 : 336-340).

d. Analisa Titik Impas

Titik impas (*Breakeven Point*) adalah volume penjualan yang tidak menimbulkan laba atau rugi. Fokus dari analisis impas adalah pengaruh volume terhadap biaya dan laba dalam rentang yang relevan. Posisi impas dapat dinyatakan dalam unit yang dijual atau nilai penjualan (Rayburn, 1999 : 2).

Impas (*break-even*) adalah keadaan suatu usaha yang tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi. Dengan kata lain, suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan (*revenues*) sama dengan jumlah biaya, atau apabila laba kontribusi hanya dapat digunakan untuk menutupi biaya tetap saja. Analisa impas adalah suatu cara untuk mengetahui volume penjualan minimum agar suatu usaha tidak menderita rugi, tetapi juga belum memperoleh laba dimana laba dianggap sama dengan nol (Mulyadi, 1997 : 230).

Analisis titik impas digunakan untuk mengetahui pada titik berapa hasil penjualan sama dengan jumlah biaya. Atau perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak laba dan tidak rugi, atau laba sama dengan nol. Melalui analisis titik impas akan diketahui bagaimana hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan (Kasmir, 2008 : 332).

Secara rinci asumsi yang mendasari analisa titik impas adalah :

1. Variabilitas biaya dianggap akan mendekati pola perilaku yang diramalkan. Biaya tetap akan selalu konstan dalam kisar volume yang dipakai dalam perhitungan impas, sedangkan biaya variabel berubah sebanding dengan perubahan volumen penjualan.
2. Harga jual produk dianggap tidak berubah-ubah pada berbagai tingkat kegiatan. Jika dalam usaha menaikkan volume penjualan dilakukan penurunan harga jual atau dengan memberikan potongan harga, maka hal ini mempengaruhi hubungan biaya-volume-laba.
3. Kapasitas produksi pabrik dianggap secara relatif konstan. Penambahan fasilitas produksi akan berakibat pada penambahan biaya tetap dan akan mempengaruhi hubungan biaya-volume-laba.
4. Harga faktor-faktor produksi dianggap tidak berubah. Jika harga bahan baku dan tarif upah menyimpang terlalu jauh dibanding dengan data yang

dipakai sebagai dasar perhitungan impas, maka hal ini akan mempengaruhi hubungan biaya-volume-laba.

5. Efisiensi produksi dianggap tidak berubah. Apabila terjadi penghebat biaya karena adanya penggunaan bahan pengganti yang harganya lebih rendah atau perubahan metode produksi, maka hal ini akan mempengaruhi hubungan biaya, volume dan laba.
6. Perubahan jumlah persediaan awal dan akhir dianggap tidak signifikan.
7. Komposisi produk yang akan dijual dianggap tidak berubah. Jika perusahaan menjual lebih dari satu macam produk, maka meskipun volume penjualan sama tetapi apabila komposisinya berbeda, maka hal ini akan mempunyai pengaruh terhadap pendapatan penjualan.
8. Anggapan bahwa volume merupakan faktor satu-satunya yang mempengaruhi biaya (Mulyadi, 1997 : 259).

Ada dua cara untuk menentukan impas: pendekatan teknik persamaan dan pendekatan grafis. Penentuan impas dengan mendasarkan pada persamaan pendapatan sama dengan biaya ditambah laba, sedangkan penentuan impas dengan pendekatan grafis dilakukan dengan cara mencari titik potong antara garis pendapatan penjualan dan garis biaya dalam suatu grafik yang disebut grafis impas (Mulyadi, 1997 : 230).

D. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Kasminata (2011) mengenai Analisa Usaha dan Bauran Pemasaran pada Usaha Kecil American Bakery di Kota Padang. American Bakery merupakan salah satu usaha roti di Kota Padang. Usaha ini mengalami fluktuasi pada volume produksi dan penjualan dari tahun 2005 sampai 2009. Ketidakstabilan atau fluktuasi produksi dan penjualan yang terjadi pada usaha American Bakery ini mempengaruhi pendapatan serta keuntungan yang akan diperoleh. Oleh sebab itu dilakukan analisa usaha untuk melihat perolehan keuntungan atau kerugian dan titik impas usaha, serta analisis bauran pemasaran untuk menentukan keberhasilan pemasaran pada usaha tersebut .

Total biaya yang dikeluarkan dari usaha American Bakery pada periode Desember 2009 sampai November 2010 adalah sebesar Rp 1.413.420.110,

sedangkan penjualan sebesar Rp. 2.254.609.600 dengan retur penjualan sebesar Rp. 608.274.000. Total penerimaan dari roti tawar sebesar Rp. 1.646.335.600, dan roti yang tidak terjual dijadikan tepung dan dijual dengan harga Rp. 2000/Kg, sehingga penambahan pendapatan dari penjualan roti yang tidak terjual sebesar Rp. 77.722.300. Keuntungan bersih yang diperoleh adalah Rp. 310.667.790 dengan persentase keuntungan sebesar 18% dari total penjualan. Berdasarkan analisa titik impas usaha American Bakery pada periode Desember 2009 – November 2010 diperoleh untuk roti tawar balok sebesar Rp. 384.126.990 , dengan impas kuantitas sebesar 44.643 bungkus dengan harga jual Rp 7.800. Untuk bauran pemasaran usaha, usaha American Bakery ini melakukan pendekatan melalui aspek harga dengan menggunakan metoda harga biaya plus, distribusi dengan saluran distribusi tidak langsung yaitu melalui pedagang pengecer, produk yang dikelompokkan dalam produk konsumsi, dan promosi yang baik.

Selanjutnya hasil penelitian Afanda (2008) tentang Analisa Usaha dan Pemasaran pada Industri Kecil Pusako Minang di Kota Payakumbuh dengan tujuan mengetahui besarnya keuntungan dan titik impas usaha pada usaha kecil Pusako Minang dalam periode Januari 2006 sampai Desember 2006. Total biaya yang dikeluarkan oleh pihak industri adalah sebesar Rp. 342.014.084, dengan penerimaan total sebesar Rp. 403.552.500, sehingga laba bersih (keuntungan) yang diperoleh oleh usaha Pusako Minang dalam periode usaha Januari 2006-Desember 2006 adalah sebesar Rp 61.539.415. Untuk titik impas usaha pada usaha kecil Pusako Minang tidak akan mengalami kerugian atau memperoleh keuntungan pada tingkat produksi 4.394 bungkus atau 878,93 kg untuk produksi galamai, 2584 bungkus produk beras rendang atau 387,68 kg, dan 27.732 bungkus atau 6933,05 kg dengan penjualan sebesar Rp. 15.381.338 untuk produk galamai, Rp 7.753.601 untuk produk beras rendang, dan Rp. 110.928.821 untuk produk batiah. Untuk bauran pemasaran usaha, usaha ini melakukan pendekatan melalui aspek harga dengan menggunakan metoda harga biaya plus, distribusi dengan saluran distribusi langsung dan tidak langsung, produk yang dikelompokkan dalam produk konsumsi, dan promosi yang baik melalui periklanan radio.

III. METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada usaha kue kering Sagun Bakar Allanta, yang beralamat di Jalan Raya Bukittinggi-Payakumbuh, tepatnya di Batang Aia Katiak, Jorong Biaro, Nagari Biaro Gadang, Kecamatan Ampek Angkek, Kabupaten Agam. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*), Sagun Bakar Allanta merupakan salah satu industri kue kering yang memproduksi makanan dengan memanfaatkan pengolahan umbi dahlia (Harian Singgalang, 2014). Alasan lain dalam pemilihan lokasi penelitian pada usaha kue kering Sagun Bakar Allanta adalah dengan pertimbangan bahwa usaha ini tetap konsisten terhadap satu jenis produk namun memiliki dua varian produk yaitu sagun bakar original dan sagun bakar umbi dahlia, dan usaha ini tetap mampu bertahan di pasar industri kue kering dengan persaingan yang semakin banyak (Lampiran 2). Selain itu, usaha kue kering ini telah mengikuti pelatihan dan pembinaan dari Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kota Bukittinggi.

Penelitian ini akan dilakukan selama satu bulan, terhitung sejak dikeluarkannya surat keputusan penelitian dari Fakultas Petanian, Universitas Andalas.

B. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Menurut Nazir (2009 : 57) metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa mendatang. Penelitian deskriptif melakukan analisis hanya sampai pada taraf deskriptif, yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah dipahami dan disimpulkan. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik populasi atau bidang tertentu. Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah usaha kue kering Sagun Bakar Allanta. Pendeskripsian usaha ini mencakup aktivitas usaha yang dilihat dari aspek operasional, dan aspek pemasaran. Kemudian aspek

pengelolaan keuangan dalam menganalisis tingkat keuntungan dan titik impas usaha, maka akan dideskripsikan dan dianalisis pencatatan keuangan usaha periode akuntansi Januari-Desember 2014.

C. Metode Pengambilan Sampel

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, dilakukan wawancara dengan menggunakan panduan wawancara kepada informan kunci. Informan kunci yang diwawancarai dalam penelitian ini adalah dari pihak internal usaha kue kering Sagun Bakar Allanta yang terdiri dari pemilik usaha, tenaga kerja bagian pengolahan, pemasaran, dan keuangan.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara, menurut Sugiyono (2009 : 138) yaitu metode yang mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri, dengan anggapan bahwa subjek (responden) adalah orang yang paling tahu tentang suatu masalah yang akan diteliti, dinyatakan oleh subjek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya, dan interpretasi subjek tentang pertanyaan yang diajukan peneliti kepadanya adalah sama dengan apa yang dimaksudkan peneliti.
2. Observasi, menurut Sugiyono (2009 : 145) yaitu suatu proses yang kompleks, dimana tersusun dari proses biologis dan *pshicologis* yang dilakukan melalui pengamatan langsung kepada objek yang diteliti.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

1. Data primer menurut (Nazir, 2009 : 50) merupakan sumber-sumber dasar yang merupakan bukti atau saksi utama dari kejadian yang lalu. Dalam penelitian ini data primer akan diperoleh dari pengamatan langsung dilapangan melalui wawancara terstruktur antara peneliti dengan responden pada usaha yang bersangkutan yaitu pengelola usaha kue kering Sagun Bakar Allanta yang terdiri dari pemilik usaha, tenaga pengolahan, pemasaran dan pengemasan. Data primer yang dikumpulkan berupa data

manajemen produksi dan pembiayaan, meliputi (pengadaan bahan baku, harga bahan baku, frekuensi pembelian bahan baku, volume produksi dan penjualan), pengelolaan keuangan meliputi (sumber dan penggunaan modal), serta penerimaan dari usaha kue kering Sagun Bakar Allanta.

2. Data sekunder menurut (Nazir, 2009 : 50), yaitu catatan tentang adanya suatu peristiwa yang berbentuk tulisan atau dokumen yang berhubungan dengan permasalahan penelitian yang didapat dari lembaga yang terkait dengan penelitian ini ataupun informan kunci. Data sekunder ini diperoleh dari instansi-instansi yang terkait seperti, Dinas Kesehatan Kabupaten Agam, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bukittinggi, Badan Pusat Statistik (BPS) Sumatera Barat, serta data lain yang diperoleh dari literatur yang relevan.

E. Variabel yang Diamati

Untuk tujuan pertama yaitu mendeskripsikan aktivitas usaha , dilihat dari aspek operasional, dan aspek pemasaran pada usaha Sagun Bakar Allanta, variabel yang diamati adalah:

1. Gambaran umum usaha, yang meliputi: latar belakang dan sejarah usaha dari awal hingga sekarang, izin usaha, lokasi usaha, dan struktur organisasi usaha.
2. Aspek Operasional, meliputi:
 - a. Pengadaan bahan baku, jumlah pembelian bahan baku, harga bahan baku, jenis bahan baku yang dibeli, frekuensi pembelian bahan baku, pengolahan umbi dahlia, proses produksi yang dilakukan, proses pengemasan, teknologi yang digunakan, dan volume produksi yang dihasilkan.
 - b. Aspek sumber daya manusia, meliputi jumlah tenaga kerja, pembagian kerja, dan sistem upah.

2. Aspek Pemasaran, meliputi:

Dari aspek pemasaran, variabel yang diamati adalah bauran pemasaran.

Bauran pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan

perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Variabel-variabel yang terdapat dalam bauran pemasaran terdiri dari:

- a. Produk, berkaitan dengan karakteristik produk, kemasan, dan label produk.
- b. Harga, berkaitan dengan kebijakan harga, metode penetapan harga, dan pengaruh penetapan harga.
- c. Distribusi, berkaitan dengan saluran distribusi dan daerah sasaran distribusi, lokasi outlet dan tempat pemasaran lainnya.
- d. Promosi, berkaitan dengan periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan personal.

Untuk tujuan kedua yaitu menganalisis pengelolaan keuangan usaha kue kering Sagun Bakar Allanta dilihat dari tingkat keuntungan dan titik impas usaha, variabel yang diamati adalah:

1. Pengelolaan Keuangan, meliputi sumber dana, dan penggunaan dana melalui pemasukan dan pengeluaran kas.
2. Aspek Keuangan

Dari aspek keuangan, variabel yang diamati adalah pencatatan laporan keuangan, yang meliputi:

- a. Analisa tingkat keuntungan, diukur dengan perhitungan dalam laporan laba-rugi, melalui penerimaan dan pengeluaran. Penerimaan adalah sumber dana yang diterima dari hasil pemasaran atau penjualan dalam usaha, sedangkan pengeluaran adalah semua dana yang dikeluarkan suatu unit usaha sebagai biaya produksi, baik itu biaya tetap maupun biaya variabel atau biaya-biaya lainnya (Kadarsan, 1992 : 123-125). Untuk menganalisa laporan laba-rugi ini maka data yang dibutuhkan adalah:
 - i. Harga jual, yang merupakan jumlah uang yang menyatakan nilai tukar suatu kesatuan barang tertentu (Rp.)
 - ii. Volume Penjualan, yang merupakan harga jual satuan dikali dengan jumlah produk yang dijual (Rp/bungkus) yang dilihat pada periode akuntansi Januari-Desember 2014.

- iii. Biaya tetap yang terdiri dari biaya overhead pabrik tetap, biaya administrasi dan umum tetap dan biaya tenaga kerja tetap.
 - iv. Biaya variabel yang terdiri dari biaya overhead pabrik variabel, jumlah pembelian bahan baku dan bahan penolong, biaya tenaga kerja variabel, biaya pengemasan dan biaya non produksi variabel.
- b. Analisa titik impas, variabel yang diamati adalah:
- Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh usaha kue kering Sagun Bakar Allanta.
- i. Biaya tetap, yaitu biaya yang jumlahnya tetap dan tidak berubah dalam rentang waktu tertentu tetapi untuk setiap satuan produksi akan berubah sesuai dengan perubahan produksi (Mulyadi, 2001 : 15). Terdiri dari :
 - 1) Biaya *overhead* pabrik tetap seperti penyusutan alat dan kendaraan, pajak kendaraan, pemeliharaan alat, bunga pinjaman, biaya pemakaian listrik usaha, dan THR karyawan.
 - 2) Biaya pemasaran tetap yaitu biaya pemeliharaan kendaraan dan gaji tenaga kerja di outlet pemasaran.
 - 3) Biaya administrasi dan umum tetap yang meliputi biaya diluar kegiatan penjualan yaitu gaji pimpinan usaha dan gaji bagian keuangan.
 - ii. Biaya variabel, yaitu biaya yang berubah-ubah sebanding dengan hasil produksi ataupun volume kegiatan (Mulyadi, 2001 : 15). Terdiri dari biaya pembelian bahan baku untuk sagun bakar dan umbi dahlia, biaya transportasi produk, biaya komunikasi, biaya bahan penolong, biaya kemasan, biaya bahan bakar, dan biaya tenaga kerja variabel.
 - iii. Penjualan, yang terdiri dari jumlah sagun bakar *original* dan sagun bakar umbi dahlia yang terjual dalam jangka waktu setahun, periode Januari-Desember 2014.

F. Analisis Data

1. Analisis kualitatif

Untuk menjawab tujuan pertama yaitu mendeskripsikan perkembangan usaha dari awal hingga sekarang, aktivitas usaha dilihat dari aspek operasional, dan aspek pemasaran pada usaha Sagun Bakar Allanta meliputi gambaran umum usaha, faktor produksi serta faktor sumber daya dan tenaga kerja, aspek pemasaran yang meliputi bauran pemasaran (produk, harga, distribusi, dan promosi), dan pengelolaan keuangan yang meliputi sumber dana, dan penggunaan dana digunakan analisa kualitatif. Analisa kualitatif berkaitan dengan gambaran deskriptif dari variabel-variabel penelitian secara sistematis (Nazir, 2009 : 54).

2. Analisis Kuantitatif

Untuk menjawab tujuan kedua yaitu menganalisis pengelolaan keuangan dilihat dari tingkat keuntungan dan titik impas usaha pada usaha kue kering Sagun Bakar Allanta, maka digunakanlah analisa kuantitatif. Analisa kuantitatif digunakan untuk menganalisa laporan laba rugi, dan analisa titik impas.

a. Analisis laba rugi

Laporan laba rugi adalah ringkasan dari bagian laporan keuangan yang mencakup semua penerimaan, keuntungan, pengeluaran dan kerugian pada satu unit usaha untuk melihat keberhasilan atau kegagalan dalam jangka waktu satu tahun (Kadarsan, 1992 : 122). Penelitian ini melihat objek penelitian dalam periode satu tahun yaitu dari bulan Januari-Desember 2014.

Laba bersih	= pendapatan penjualan – biaya total
Pendapatan penjualan	= jumlah produk yang didistribusikan x harga jual persatuan (Rp/bungkus)
Biaya total	= biaya tetap + biaya variabel

Dimana:

- 1) Pendapatan penjualan diperoleh dari penjualan total kepada pembeli selama periode bulan Januari-Desember 2014. Penjualan bersih merupakan jumlah yang diterima dari penjualan setelah dikurangi dengan nilai penjualan barang yang dikembalikan (Rahardjo, 2013 : 79).

- 2) Biaya total adalah semua biaya yang dikeluarkan oleh suatu unit usaha dalam operasional usaha yang meliputi biaya tetap dan biaya variabel.

Penyajian laporan laba rugi ini menggunakan metode *variable costing*, dimana dalam analisis laporan laba rugi usaha kue kering Sagun Bakar Allanta lebih menitik beratkan pada biaya yang berhubungan dengan perubahan volume usaha. Penentuan harga pokok produksi hanya memperhitungkan biaya produksi yang bersifat variabel yang terdiri dari biaya variabel, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik variabel (Mulyadi, 2001 : 122). Berikut ini adalah format laporan laba rugi suatu unit usaha dengan *Variable Costing*.

Tabel 2. Format Laporan Laba Rugi dengan Metode *Variable Costing*

Uraian	Nilai (Rp)
Penjualan	xxx
Dikurangi Biaya Variabel:	
Biaya Bahan Baku Langsung	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
Biaya <i>Overhead</i> Variabel	xxx
Total Biaya Produksi Variabel	xxx
Biaya Penjualan Variabel	xxx
Biaya Administrasi Variabel	xxx
Total biaya variabel	xxx
Margin kontribusi	xxx
Di kurangi biaya tetap	
Biaya <i>overhead</i> tetap	xxx
Biaya Penjualan Tetap	xxx
Biaya administrasi dan umum tetap	xxx
Total biaya tetap	xxx
Laba bersih/keuntungan	xxx

Sumber: Fuad,dkk (2001 : 174)

b. Perhitungan Biaya Bersama

Suatu perusahaan yang menghasilkan produk yang memakai biaya bersama pada umumnya menghadapi masalah pemasaran dan harga jual berbagai macam

produknya yang berbeda-beda. Setiap perusahaan perlu untuk mengetahui bagian dari seluruh biaya produksi yang dibebankan kepada masing-masing produk bersama, sehingga masalah pokok akuntansi biaya bersama adalah penentuan proporsi total biaya produksi yang harus dibebankan kepada berbagai macam produk bersama (Mulyadi, 2005: 335-336).

Biaya bersama adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan yang menghasilkan dua atau lebih kegiatan yang menggunakan fasilitas yang sama. Pada usaha Sagun Bakar Allanta ini kegiatan yang menggunakan fasilitas yang sama yaitu dalam pemakaian pulsa, penggunaan listrik dan biaya transportasi untuk dipergunakan dalam kegiatan usaha.

Untuk pencarian biaya bersama digunakan metode satuan fisik. Metode satuan fisik menggunakan pendekatan biaya bersama sesuai dengan manfaat yang ditentukan oleh masing-masing produk. Biaya bersama dialokasikan kepada produk atas dasar koefisien fisik yang dinyatakan atas dasar satuan berat, volume, atau ukuran lain. Penentuan biaya bersama dalam usaha ini didasarkan pada persentase alokasi biaya bersama atas dasar satuan jumlah produk yang diproduksi yaitu bungkus. Rumus untuk menghitung biaya bersama dengan menggunakan metode satuan fisik adalah:

$$\% \text{ Alokasi Biaya Bersama} = \frac{\text{Total Produksi Produk A}}{\text{Total Produksi Produk (A+B)}} \times 100 \%$$

$$\text{Alokasi Biaya Bersama} = \% \text{ Alokasi Biaya Bersama} \times \text{Biaya Bersama}$$

Biaya bersama pada usaha Sagun Bakar Allanta ini juga berupa biaya penyusutan, biaya peralatan, biaya bahan baku dan biaya bahan penolong. Hal ini disebabkan karena usaha ini memiliki dua jenis produk, yaitu produk sagun bakar *original* dan produk sagun bakar umbi dahlia, maka dapat dilihat pembagian biaya antar dua jenis produk tersebut. (Mulyadi, 2005: 340).

c. Analisis Biaya Penyusutan

Untuk menjaga kontinuitas kegiatan usaha maka perlu dihitung besarnya biaya penyusutan pada setiap tahun. Semua nilai inventaris yang disebabkan oleh kerusakan, kehilangan, atau penyusutan merupakan pengeluaran. Jenis investasi

yang perlu disusutkan terdiri dari mesin, dan peralatan lainnya yang memerlukan penggantian pada suatu masa sebagai akibat pemakaian.

Menurut Ibrahim (1998 : 44) besarnya penyusutan yang dihitung melalui metode garis lurus menggunakan rumus :

$$P = \frac{B - S}{N}$$

Dimana:

- P = besarnya penyusutan (Rp./tahun)
 B = harga beli aset (Rp.)
 S = nilai sisa (Rp.)
 N = umur ekonomis (tahun)

Metode garis lurus digunakan dalam menentukan penyusutan karena aktiva yang dimiliki oleh perusahaan memiliki umur ekonomis dan nilai terhadap satu unit produk dan jasa serta harga jual setelah dipakai. Dengan metode garis lurus ini diasumsikan bahwa besarnya penyusutan adalah tetap. Dimana metode ini digunakan untuk mengukur nilai penyusutan alat-alat produksi dan bangunan pada usaha kue kering Sagun Bakar Allanta.

Selain itu, biaya penyusutan juga dihitung dengan metode saldo menurun berganda, yaitu metode penyusutan yang menghitung beban penyusutan per periode dengan mengalikan nilai buku aktiva tetap dengan suatu persentasi tertentu. Metode penyusutan saldo menurun berganda ini digunakan untuk mengukur nilai penyusutan peralatan mesin, dan kendaraan pada usaha kue kering Sagun Bakar Allanta. Menurut Charles dan Horrison (1993 : 476) biaya penyusutan tersebut dapat dihitung dengan rumus, yaitu:

- i. Penyusutan = $(1 : \text{Umur Kegunaan}) \times 100\%$
- ii. Tingkat penyusutan per tahun = $(1 : \text{Umur Kegunaan}) \times 2$
- iii. Penyusutan = Tingkat penyusutan saldo menurun berganda X nilai buku
 Nilai Buku = Harga perolehan – Akumulasi Penyusutan
- iv. Beban penyusutan pada periode yang paling akhir adalah jumlah yang diperlukan untuk mengurangi nilai buku aktiva tetap pada periode tersebut menjadi nilai sisanya.

d. Analisis Titik Impas (*Break Even Point*)

Impas (*break-even*) adalah keadaan suatu usaha yang tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi. Dengan kata lain, suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan (*revenues*) sama dengan jumlah biaya, atau apabila laba kontribusi hanya dapat digunakan untuk menutupi biaya tetap saja. Analisa impas adalah suatu cara untuk mengetahui volume penjualan minimum agar suatu usaha tidak menderita rugi, tetapi juga belum memperoleh laba dimana laba dianggap sama dengan nol (Mulyadi, 1997 : 230).

Rumus BEP sebagai berikut:

$$\text{Penjualan impas (Rp)} = \frac{\text{biaya tetap total}}{1 - \frac{\text{biaya variabel rata-rata/unit}}{\text{Harga jual/unit}}}$$

$$\text{Penjualan impas (unit)} = \frac{\text{biaya tetap total}}{\text{Harga jual/unit} - \text{biaya variabel/unit}}$$

Dimana:

1. Biaya tetap merupakan biaya yang jumlahnya tetap dalam periode volume kegiatan tertentu seperti biaya overhead pabrik, biaya tenaga kerja tetap dan biaya administrasi dan umum tetap.
2. Biaya variabel merupakan biaya yang jumlahnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan seperti biaya bahan baku dan biaya overhead pabrik variabel.
3. Penjualan merupakan harga jual dikalikan dengan jumlah produk yang dijual.
4. Harga unit produk merupakan sejumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa (Kasmir, 2008 : 340).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Wilayah Kota Bukittinggi

Bukittinggi adalah salah satu Kota Di Sumatera Barat yang memiliki luas wilayah 25,24 km², secara geografis Bukittinggi terletak antara 100°20' - 100°25' BT dan 00°16' - 00°20'LS dengan ketinggian sekitar 780 - 950 meter dari permukaan laut. Luas daerah Bukittinggi merupakan 0,06 persen dari luas Propinsi Sumatera Barat. Kota Bukittinggi terdiri dari 3 Kecamatan dan 24 Kelurahan, dan wilayah yang membatasi wilayah Kota Bukittinggi semuanya berada dibawah pemerintahan Kabupaten Agam (BPS, 2014)

Wilayah Kota Bukittinggi dipadati 4.100 orang/km persegi, dengan mata pencaharian adalah sektor jasa 32,6%, perdagangan 35,25%, dan sisanya pertanian tanaman pangan, dan industri. Jumlah penduduk Kota Bukittinggi tahun 2013 adalah 118.260 jiwa dengan laju pertumbuhan penduduk sebesar 1,88 persen pertahun (BPS, 2014)

Bidang Kepariwisata ditetapkan sebagai potensi unggulan daerah Kota Bukittinggi adalah berangkat dari kondisi alam dan geografis Kota Bukittinggi itu sendiri. Karunia alam yang ditopang dengan karunia sejarah ini, menyebabkan Bukittinggi menjadi tujuan wisata yang menarik untuk dinikmati. Bukittinggi juga dikembangkan menjadi wisata perdagangan dan jasa , wisata kesehatan, wisata konfrensi dan peristirahatan serta jasa lain-lain. Ini dapat dibuktikan dengan kontribusi sector pariwisata untuk menompang PAD Bukittinggi yaitu : antara 30-40 %. Sebagai penunjang kepariwisataan, di kota ini sudah tersedia sarana Akomodasi yang memadai, seperti Hotel Berbintang, puluhan Rumah Makan dan Restoran, serta dilengkapi dengan pasar wisata dan souvenir shop. Hal inilah yang menjadi potensi untuk industri makanan di Kota Bukittinggi (BPS, 2014).

Jumlah industri kecil makanan dan minuman pada tahun 2013 mengalami kenaikan, yaitu dari 514 menjadi 607 unit, baik yang sudah memiliki izin maupun yang belum. Jumlah tenaga kerja yang bisa diserap oleh perusahaan industri makanan dan minuman tersebut pada tahun 2013 sebanyak 1.847 orang. (BPS, 2014).

B. Aktivitas Usaha

1. Gambaran Umum Usaha Sagun Bakar Allanta

a. Latar Belakang dan Sejarah Usaha

Usaha Sagun Bakar Allanta adalah salah satu Usaha Kecil Menengah (UKM) yang termasuk dalam industri pengolahan tepung tapioka menjadi produk kue kering, salah satu produk kue kering yang dihasilkan yaitu sagun bakar. Usaha Sagun Bakar Allanta ini dirintis oleh Ibu Gusni Mawarita pada tahun 2005 yang berlokasi di rumah pemilik usaha yang beralamat di Jalan Pintu Kabun Gang Kemuni No 12 A. Usaha ini dilatarbelakangi oleh hobi dari pemilik usaha yaitu membuat makanan ringan, pada awalnya makanan ringan ini dibuat untuk cemilan keluarga, namun seiring dengan kondisi ekonomi yang mulai mendesak, ibu Ani sebagai pemilik usaha memulai usaha dengan membuat kue untuk konsumsi anak sekolah TK Pertiwi Bukittinggi sebagai tambahan pendapatan keluarga. Melihat peluang pasar yang potensial untuk usaha kue kering di Kota Bukittinggi menarik minat ibu Ani untuk memulai usaha pada produk kue kering, maka dibuatlah sebuah usaha yang bernama Allanta, nama Allanta sendiri diambil dari pengabungan nama Ibu pemilik usaha dengan nama suaminya. Usaha Allanta ini memproduksi berbagai macam jenis kue kering yang diantaranya kue brownis, kue ulang tahun, emping jagung, beras rendang, kipang jagung, sagun bakar dan aneka jenis kue kering yang dipasarkan langsung kepada konsumen.

Melihat perkembangan pasar, produk kue kering di Kota Bukittinggi sangatlah potensial, akan tetapi peluang pasar untuk kue kering tersebut menyebabkan banyaknya pesaing untuk produk kue kering usaha Allanta di daerah Bukittinggi. Hal ini menyebabkan hanya satu produk dari usaha kue kering Allanta yang mampu bersaing, yaitu produk sagun bakar. Ibu Ani sebagai pemilik usaha memanfaatkan peluang yang tercipta untuk produk sagun bakar, sehingga beliau mulai fokus pada satu produk yaitu produk sagun bakar, oleh sebab itu nama usaha dirubah menjadi usaha Sagun Bakar Allanta.

Usaha yang didirikan oleh ibu Ani tersebut mengalami masalah permodalan pada awal usaha, beliau hanya memproduksi 5 kg tepung per hari dengan peralatan yang sederhana yaitu Oven HOK yang dibeli dengan uang hasil

jual kue sebelumnya. Tahun 2006 ibu Ani telah mempekerjakan 1 orang tenaga kerja yang berperan dalam membantu ibu Ani dalam proses produksi. Berkembangnya usaha Allanta ini meningkatkan permintaan untuk produk Sagun Bakar Allanta ini, sehingga ibu Ani menambah satu orang tenaga kerja setiap tahunnya untuk meningkatkan volume produksi usaha.

Pada tahun 2010, produksi usaha Sagun Bakar Allanta dioperasikan pada sebuah pabrik pengolahan yang beralamat di Jl. Soekarno Hatta No. 90 A, Bukittinggi. Hal ini dilakukan untuk melakukan perluasan usaha dimana produksi yang awalnya berproduksi di rumah pemilik usaha diperluas dengan penambahan tempat produksi yaitu disebuah pabrik pengolahan dengan 6 orang tenaga kerja. Perluasan usaha dilakukan dengan membeli tambahan investasi berupa oven pemanggang, loyang, dan mixer. Tambahan investasi diperoleh dari pinjaman modal dari PT. Sucofindo kepada UKM yang sedang berkembang sebesar Rp 15.000.000 dengan jangka waktu pengembalian selama 2 tahun.

Perkembangan usaha ini didukung dengan upaya dari usaha Sagun Bakar Allanta dalam meningkat mutu produk. Hal ini terlihat pada tahun 2010 tersebut usaha Sagun Bakar Allanta mengikuti GKM (Gugus Kendali Mutu) yang dilakukan oleh Balai Perindustrian dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sumatera Barat, dan mendapatkan izin usaha industri kue kering dengan izin P-IRT No.2061 3070 1160 dari Dinas Kesehatan Kabupaten Agam.

Kesuksesan yang diraih oleh usaha Sagun Bakar Allanta tidak dialami seluruhnya oleh UKM sejenis. Susahnya UKM merebut peluang pasar menyebabkan banyaknya pesaing yang berbuat curang dengan meniru persis produk dari sagun bakar Allanta tersebut. Hal ini menyebabkan tingginya persaingan untuk UKM produk kue kering di Kota Bukittinggi pada umumnya dan khususnya di Sumatera Barat. Susahnya merebut peluang pasar tersebut dirasakan oleh usaha Sagun Bakar Allanta, dimana dengan adanya pesaing yang meniru persis produk dari usaha ini menyebabkan adanya persaingan pasar yang tinggi untuk produk sagun bakar. Munculnya banyak pesaing tersebut menyebabkan penurunan penjualan pada tahun 2010 yang terbukti dengan rendahnya penerimaan usaha pada tahun tersebut, namun untuk mengatasi banyaknya pesaing tersebut, usaha Sagun Bakar Allanta membuat produk sagun

bakar aneka rasa selain dari sagun bakar *original* yang terdiri dari sagun bakar pisang, sagun bakar labu, dan sagun bakar keju. Hal ini terbukti dapat meningkatkan penerimaan usaha Sagun Bakar Allanta (Lampiran 5).

Meningkatnya penerimaan pada tahun 2011 menyebabkan tingginya permintaan sagun bakar untuk daerah Sumatera Barat, sehingga dengan meningkatnya volume produksi usaha, beliau menambah tenaga kerja untuk pengolahan. Akan tetapi produk aneka rasa yang diproduksi hanya bersifat pesanan, dengan harga jual yang sama dengan produk *original* namun dengan biaya produksi yang lebih besar menyebabkan usaha Sagun Bakar Allanta hanya fokus pada produk *original*.

Didorong dengan adanya Bukittinggi *The City Of Dahlia* yang dicanangkan oleh Gubernur Sumatera Barat Irwan Prayitno di Istana Bung Hatta Bukittinggi yang dikoordinir oleh Komunitas Pecinta Bukittinggi Berbunga pada Minggu 8 Mei 2011. Pada tahun 2012 dilakukan uji coba untuk pembuatan tepung dari umbi dahlia untuk dijadikan bahan tambahan makanan untuk produk kue kering. Umbi dahlia sendiri diketahui memiliki kandungan inulin yang bermanfaat untuk kesehatan, hal inilah yang menarik Ibu Ani sebagai pemilik usaha Sagun Bakar Allanta untuk memproduksi usaha kue kering dengan memanfaatkan pengolahan umbi bunga dahlia.

Pada tahun 2012 tersebut dilakukanlah peminjaman kembali untuk modal usaha kepada PT. Sucofindo sebesar Rp. 35.000.000, dengan cicilan perbulan sebesar Rp 1.650.000,-. Tambahan modal yang diperoleh usaha dialokasikan untuk pembelian bahan baku. Untuk mengembangkan produk Sagun Bakar Allanta dan meningkatkan penjualan maka dilakukanlah diversifikasi produk pada industri kue kering ini. Tahun 2013 mulai diproduksi produk kue kering Sagun Bakar Allanta *original* dan sagun bakar umbi dahliadengan investasi peralatan berupa 3 buah oven ukuran besar, 5 buah oven ukuran sedang, dan 2 buah oven ukuran kecil, mixer sebanyak 3 buah, 100 buah loyang, 10 tabung gas, dan 1 unit mesin penggiling umbi dahlia, disamping itu usaha ini telah memiliki alat transportasi usaha yaitu satu unit mobil usaha.

Tahun 2013, usaha ini sudah mulai berkembang dengan produk unggulan yaitu sagun bakar *original* dan sagun bakar umbi dahlia. Produksi sagun bakar

umbi dahlia diawali dengan pengolahan umbi dahlia menjadi tepung, sehingga membutuhkan biaya yang lebih besar dalam proses produksi.

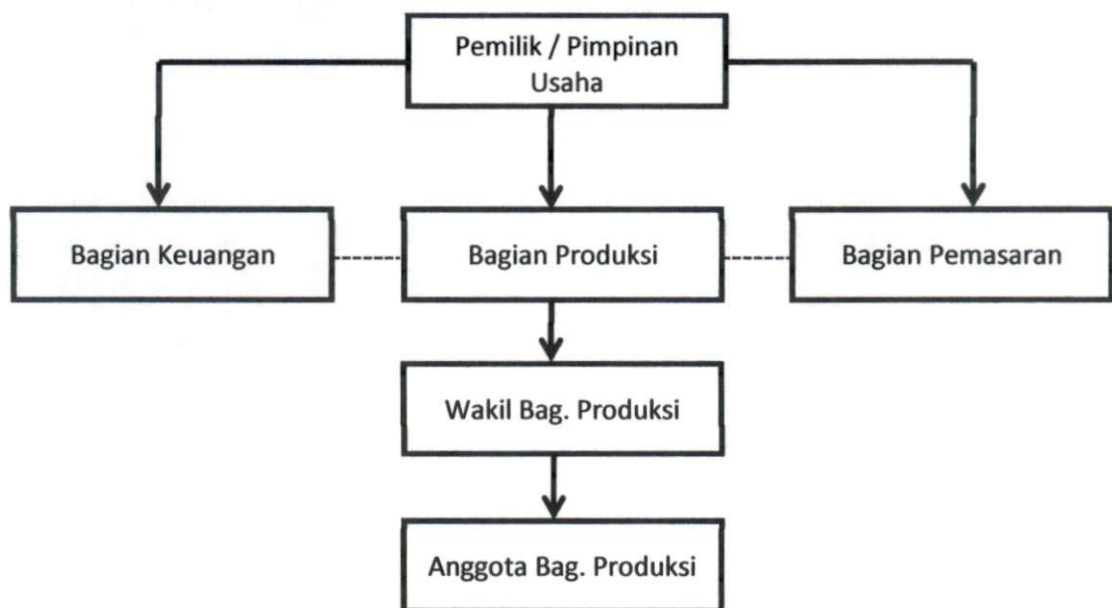
Perkembangan usaha diikuti dengan didirikannya sebuah outlet pemasaran yang beralamat di Jalan Raya Bukittinggi-Payakumbuh, tepatnya di Batang Aia Katiak, Jorong Biaro, Nagari Biaro Gadang, Kecamatan Ampek Angkek, Kabupaten Agam, selain pemasaran langsung melalui outlet pemasaran, usaha Sagun Bakar Allanta juga melakukan pemasaran tidak langsung melalui pengecer terlihat dengan banyaknya mitra usaha pada Lampiran 4. Pemasaran usaha dilakukan oleh tenaga kerja dalam keluarga yang berperan dalam distribusi produk ke pedagang pengecer, dan satu orang tenaga kerja pemasaran yang berperan sebagai tenaga pemasar di outlet pemasaran. Usaha Sagun bakar Allanta telah memiliki 10 orang tenaga kerja produksi dengan volume produksi perhari rata-rata sebesar 224 bungkus produk sagun bakar *original* dan sebesar 100 bungkus per minggu untuk produk sagun bakar umbi dahlia. Mengacu pada banyaknya tenaga kerja pada sebuah perusahaan, usaha Sagun Bakar Allanta termasuk industri dengan skala usaha kecil terlihat pada Lampiran 3.

b. Struktur Organisasi Usaha

Usaha Sagun Bakar Allanta merupakan usaha milik perorangan, dimana Ibu Ani sebagai pemilik usaha berperan langsung sebagai pemimpin usaha. Menurut Fuad (2006 : 53) dilihat dari sifat dan bentuknya usaha kecil memiliki ciri-ciri: 1) manajemen berdiri sendiri, dimana manajer perusahaan adalah pemilik usaha sehingga pemilik bertindak sebagai pengambil keputusan, 2) daerah operasinya lokal, dimiliki dan dilaksanakan oleh masyarakat lokal sehingga mampu mengembangkan sumberdaya manusia dan menerapkan teknologi lokal (*indigeneous technology*) sehingga dapat dikembangkan oleh tenaga lokal, 3) investasi modal terbatas, modal disediakan oleh seorang pemilik atau sekelompok pemilik, dan 4) penyelenggaraan di bidang operasinya tidak dominan. Oleh sebab itu usaha Sagun Bakar Allanta belum memiliki struktur organisasi tertulis dan sangat sederhana.

Berdasarkan pembagian kerja dalam usaha Sagun Bakar Allanta dapat dijabarkan bahwa Ibu Ani sebagai pemilik usaha juga berperan sebagai pemimpin

dan pengambil keputusan, serta ikut serta dalam bagian pemasaran, kemudian terdapat 1 orang di bagian keuangan yang merangkap dalam bagian produksi, 9 orang di bagian produksi yang terdiri dari ketua, wakil dan 7 orang anggota, dan 2 orang di bagian pemasaran. Tenaga kerja yang digunakan oleh pemilik usaha berasal dari dalam dan luar keluarga. Untuk saat ini struktur organisasi usaha kecil Sagun Bakar Allanta dapat digambarkan seperti Gambar 2.



Gambar 2. Struktur Organisasi Usaha Sagun Bakar Allanta

Keterangan : ————— Hubungan Garis

----- Hubungan Staf

Tugas dan peran dari masing-masing pihak dalam struktur organisasi usaha tersebut adalah:

1. Pimpinan, berperan dalam mengontrol keseluruhan kegiatan dalam usaha Sagun Bakar Allanta, baik dari bagian keuangan, bagian produksi, dan ikut serta dalam bagian pemasaran melalui kegiatan bazar yang diikuti oleh pimpinan usaha. Pimpinan usaha disini adalah pemilik usaha Sagun Bakar Allanta.
2. Bagian keuangan, yang lebih dikenal dalam usaha ini sebagai bendahara, yang bertugas melakukan seluruh kegiatan administrasi dan keuangan usaha Sagun Bakar Allanta. Bendahara dalam usaha ini adalah 1 orang tenaga kerja yang telah mendapat pelatihan pencatatan keuangan usaha

kecil dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sumatera Barat, bendahara juga ikut terlibat dalam bagian produksi usaha.

3. Bagian produksi, terdiri dari ketua bagian produksi yang bertugas dalam kegiatan proses produksi pengadonan bahan baku menjadi adonan, dan mengawasi seluruh kegiatan produksi. Wakil ketua bagian produksi berperan khusus dalam proses pembakaran dan seluruh kegiatan produksi secara umum, anggota bagian produksi bertugas dalam kegiatan penggilingan, penggarisan dan pencetakan, pembakaran, pengemasan dan pelabelan, serta pengepakan. Bagian produksi ini dilakukan oleh 9 orang tenaga kerja yang masing-masing telah memiliki pekerjaan dari proses produksi yang ada.
4. Bagian pemasaran, mencakup kegiatan memasarkan produk yang telah dihasilkan, baik secara langsung melalui bazar, dan penjualan di outlet pemasaran usaha, maupun kegiatan pemasaran tidak langsung melalui pengantaran produk ke pedagang pengecer. Kegiatan pemasaran dilakukan oleh tenaga kerja dalam keluarga yang terdiri dari pemilik usaha dan adik dari pemilik usaha.

Menurut Swastha dan Sukotjo (2007 : 135) setiap organisasi mempunyai tiga komponen pokok, yaitu interaksi manusia, kegiatan yang mengarah pada tujuan, dan struktur, dimana semua komponen ini merupakan sarana untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Fungsi pengorganisasian dapat diartikan sebagai proses menciptakan hubungan antara berbagai fungsi, personalia, dan faktor fisik agar semua pekerjaan yang dilakukan bermanfaat serta terarah pada suatu tujuan. Organisasi sebagai suatu bentuk dan hubungan yang mempunyai sifat dinamis dalam arti dapat menyesuaikan diri kepada perubahan, pada hakekatnya merupakan suatu bentuk yang dengan sadar diciptakan manusia untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Berdasarkan Gambar 2, dapat dilihat bahwa organisasi yang terjalin dalam usaha ini masih di komandoi oleh pimpinan usaha, dimana pimpinan usaha mengawasi seluruh kegiatan usaha, serta pemilik usaha ikut serta dalam kegiatan pemasaran, sedangkan dalam bagian keuangan selain melakukan pencatatan administrasi keuangan, bagian keuangan berperan dalam kegiatan produksi.

Secara umum kegiatan produksi yang dilakukan oleh bagian produksi meliputi penyediaan bahan baku yang dilakukan oleh pemilik usaha, pencampuran komposisi bahan baku dilakukan oleh ketua bagian produksi dibantu oleh tenaga kerja dari bagian keuangan dan wakil ketua produksi, kegiatan pengadonan, pengilingan, penggarisan dan pematangan, pencetakan, pembakaran, pengemasan dan pengepakan dilakukan oleh tenaga kerja bagian produksi. Bagian pemasaran yang dipimpin oleh pemilik usaha berperan dalam memasarkan produk ke pedagang pengecer serta pemasaran langsung melalui bazar dan penjualan di outlet milik usaha Sagun Bakar Allanta.

Usaha Sagun Bakar Allanta sebagai perusahaan yang bergerak dalam industri usaha skala kecil memiliki fungsi organisasi yang sederhana. Setiap anggota dalam organisasi ini hanya fokus kepada pekerjaan tanpa adanya interaksi yang terjadi, hal ini terlihat dari tenaga kerja yang memiliki peran ganda dalam kegiatan usaha. Kegiatan Organisasi dan koordinasi belum terjalin dengan baik karena belum memiliki aturan tertulis mengenai struktur organisasi, hak dan kewajiban tenaga kerja, tugas, wewenang dan tanggung jawab tenaga kerja.

C. Aspek Operasional Usaha

1. Pengadaan Bahan Baku

Bahan baku digunakan dalam kegiatan proses produksi, karena bahan baku akan diolah menjadi produk jadi. Pemilihan bahan baku sangatlah penting dalam menunjang keberhasilan kegiatan proses produksi. Usaha Sagun Bakar Allanta memproduksi sagun bakar yang berbahan baku tepung tapioka yang bermerek Gunung Mas. Kualitas dari tepung tapioka merek ini sangat baik digunakan untuk produksi kue kering terutama sagun bakar.

Ketersediaan bahan baku tepung tapioka ini diperoleh dari satu pemasok utama yaitu Toko Sumber Harian yang berasal dari Payakumbuh. Pemilihan pemasok dari daerah Payakumbuh tepatnya Toko Sumber Harian sebagai pemasok bahan baku dengan alasan yaitu bahan baku yang disediakan memiliki kualitas yang baik karena telah menjalin kerja sama dengan usaha Sagun Bakar Allanta, dan bertanggung jawab terhadap pasokan bahan baku dari usaha Sagun

Bakar Allanta. Sehingga, adanya jaminan ketersediaan bahan baku yang dibutuhkan oleh usaha Sagun Bakar Allanta.

Frekuensi pembelian bahan baku tepung tapioka ini dilakukan 2 kali dalam sebulan dengan jumlah pembelian setiap pemesanan sebanyak 20 karung dimana 1 karung berisi 25 kg tepung tapioka. Sistem pembayaran untuk pembelian bahan baku ini dilakukan secara tunai, dengan sistem pengadaan bahan baku tepung tapioka melalui pemesanan telepon dan diantarkan ke alamat oleh toko pemasok.

Menurut Mulyadi (2005: 194), bahan penolong adalah bahan yang meskipun menjadi bagian produk jadi tetapi nilainya relatif kecil bila dibandingkan dengan harga pokok produksi tersebut. Bahan penolongnya antara lain mentega, gula, telur, kelapa, garam dan vanili. Pembelian bahan penolong oleh pihak usaha didapat dari toko yang sama yaitu Toko Sumber Harian, hal ini memudahkan pemilik usaha untuk mendapatkan bahan baku dan bahan penolong yang dibutuhkan untuk produksi usaha, dengan frekuensi pembelian yang sama yaitu 2 kali dalam sebulan. Jumlah pembelian bahan penolong setiap pemesanan yaitu gula sebanyak 10 karung dimana 1 karung berisi 50 kg, mentega 15 kotak dengan jumlah 1 kotak sebanyak 25 kg, telur 100 biji, dan kelapa sebanyak 30 kg.

Selain memproduksi sagun bakar *original*, usaha ini juga memproduksi sagun bakar umbi dahlia. Oleh sebab itu usaha Sagun Bakar Allanta membutuhkan bahan penolong yang digunakan untuk produksi sagun bakar umbi dahlia yaitu penambahan bubuk umbi dahlia, dimana bubuk umbi dahlia di produksi sendiri oleh usaha Sagun Bakar Allanta. Umbi dahlia diperoleh dengan memanfaatkan umbi dahlia dari kebun dahlia yang dimiliki disekitar pekarangan pemilik usaha serta pasokan umbi dahlia dari petani dahlia yang berasal dari daerah Kamang, Matur, Batusangkar, dan Payakumbuh. Produksi umbi dahlia menjadi bubuk umbi dahlia membutuhkan 50 kg umbi dahlia setiap minggu dan menghasilkan 5 kg bubuk umbi dahlia.

Penetapan usaha dalam pembelian bahan baku dan bahan penolong berdasarkan kepada permintaan yang diterima oleh pihak usaha serta kemampuan tenaga kerja dalam memproduksi produk, sehingga pembelian yang dilakukan oleh pihak usaha tidak tetap setiap bulannya, dimana usaha ini mampu memproduksi 4000 – 7000 bungkus setiap bulannya dari pembelian bahan baku

yang telah ditetapkan tersebut. Disamping itu, sifat dari bahan baku dan bahan penolong yang digunakan usaha dapat disimpan untuk jangka waktu yang lama. Usaha ini menggunakan sistem FIFO (*First In First Out*) dalam penggunaan bahan baku dan bahan penolong, dimana bahan baku dan bahan penolong yang terlebih dahulu di peroleh yang digunakan terlebih dahulu untuk di produksi. Sehingga pembelian bahan baku yang telah ditetapkan usaha dapat memenuhi kebutuhan bahan baku untuk produksi tanpa khawatir akan kekurangan bahan baku meskipun permintaan meningkat.

Sejauh ini, untuk pengadaan bahan baku tepung tapioka dalam usaha Sagun Bakar Allanta ini belum mengalami permasalahan. Akan tetapi yang menjadi kendala dalam usaha ini yaitu harga bahan baku yang berfluktuatif pada tahun 2014, hal ini berpengaruh terhadap biaya produksi yang dikeluarkan usaha. Untuk rincian pemakaian biaya bahan baku dan bahan penolong dapat dilihat pada Lampiran 7 dan 8.

2. Proses Produksi

Usaha Sagun Bakar Allanta melakukan proses produksi 6 hari dalam seminggu (Senin – Sabtu) dari pukul 08.00 – 17.00 WIB, dengan 6 kali produksi dimana satu kali produksi berjumlah 8 paduan yang akan menghasilkan 224 bungkus. Kegiatan produksi usaha sagun Bakar Allanta ini dilakukan di Jalan Soekarno Hatta No 90 A, Mandiangin, Kota Bukittinggi. Pada periode penelitian ini, tahun 2014 untuk memproduksi sagun bakar *original* dan sagun bakar umbi dahlia pihak usaha rata-rata mengolah 50 karung tepung tapioka untuk menghasilkan 4000 sampai 7000 bungkus dengan berat 250 gr perbungkus setiap bulannya, dimana 1 karung tepung tapioka beratnya 25 kg menghasilkan 280 bungkus. Untuk penyimpanan bahan baku diletakkan pada tempat produksi usaha.

Kegiatan produksi dilakukan 6 hari dalam seminggu dikarenakan bahwa usaha Sagun Bakar Allanta memiliki permintaan yang tinggi dari pedagang pengecer yang melakukan kerjasama dengan sistem konsinyasi sehingga pihak usaha memproduksi sagun bakar sebanyak 6 hari dalam seminggu untuk menghasilkan 224 bungkus produk sagun bakar.

Proses produksi yang dilakukan oleh usaha Sagun Bakar Allanta adalah proses produksi yang terputus-putus dimana produk yang dihasilkan memiliki

variasi yang sangat besar dan didasarkan atas pesanan, adanya penyusunan peralatan dan proses produksi pada tempat yang sama atau *departmentation by equipment*, mesin yang dipakai bersifat umum, operator mesin memiliki fungsi penting, proses produksi tidak akan terhenti apabila terjadi kerusakan dan persediaan bahan mentah biasanya tinggi (Assauri, 2008 : 106). Proses pengolahan bahan baku tepung tapioka menjadi sagun bakar *original* dengan sagun bakar umbi dahlia dan aneka rasa dilakukan dengan cara yang sama, namun yang membedakan hanyalah pada saat pengemasan dan pemberian rasa yang berbeda. Proses pembuatan sagun bakar *original* dan sagun bakar umbi dahlia dilakukan dengan beberapa tahap, yaitu:

a. Pencampuran

Pada tahap ini untuk memproduksi 1 paduan sagun bakar dibutuhkan 5kg tepung tapioka, 1,25 kg gula, 2 butir telur, 1kg mentega, dan 1kg kelapa yang sudah diparut di campur dengan menggunakan baskom besar dan kemudian diaduk dengan menggunakan mixer. Kegiatan ini dilakukan oleh pemilik usaha, ketua bagian produksi, wakil bagian produksi dan bendahara atau tenaga kerja bagian keuangan selama ± 1 jam. Hal ini dilakukan untuk menjaga kerahasiaan komposisi produk sagun bakar ini, sehingga dilakukan oleh orang-orang yang dipercaya dalam usaha Sagun Bakar Allanta ini.

Pada tahap pencampuran inilah sagun bakar ditentukan, apakah produk sagun bakar *original* atau produk sagun bakar umbi dahlia dan aneka rasa dengan penambahan bubuk umbi dahlia ataupun rasa labu, durian, keju, dan pisang.

b. Pengadonan

Pada tahap ini, komposisi bahan baku yang telah dicampur dan dimixer di adon menjadi bulatan-bulatan untuk dibentuk menjadi paduan-paduan yang dapat memudahkan dalam proses selanjutnya. Kegiatan ini dilakukan oleh semua tenaga kerja bagian produksi dan diawasi oleh ketua bagian produksi dan bendahara selama ± 1 jam.

c. Penggilingan

Pada tahap ini, adonan yang telah dibentuk menjadi bulatan-bulatan paduan digiling dan didatarkan sehingga memiliki ketebalan yang sama. Kegiatan ini juga dilakukan oleh semua bagian produksi selama ± 1 jam.

d. Penggarisan dan Pemotongan (pencetakan)

Paduan yang telah datar dan memiliki ketebalan yang sama digaris dan dipotong dengan menggunakan pisau cater, penggunaan pisau ini dengan alasan untuk menjaga ketebalan garis potongan. karena pisau ini memiliki mata pisau yang tipis. Kegiatan penggarisan dan pemotongan ini merupakan kegiatan pencetakan sagun bakar dengan bentuk persegi panjang kemudian cetakan ini diangkat keloyang yang telah disediakan. Akan tetapi dalam proses pengolahan sagun bakar umbi dahlia proses pencetakan digunakan dengan memanfaatkan cetakan kue yang berbentuk bunga. Kegiatan ini dilakukan oleh semua tenaga kerja bagian produksi dan bagian keuangan selama $\pm 2-3$ jam.

e. Pembakaran

Pada tahap ini sagun bakar yang telah dicetak dan diangkat ke loyang dimasukkan kedalam tungku pembakar atau oven. Kegiatan ini dilakukan oleh seluruh tenaga kerja bagian produksi yang diawasi oleh wakil ketua bagian produksi, hal ini berlangsung selama ± 30 menit untuk 1 kali pemanggangannya.

f. Pengemasan dan Pengepakan

Pada tahap ini, sagun bakar yang telah dibakar didinginkan selama ± 1 jam. Kemudian sagun bakar yang telah dingin di kemas dalam plastik bening dan diberikan label pada bungkus tersebut. Setelah semua pengemasan produk selesai, kemudian dilakukan pengepakan kedalam sebuah box. Pengepakan yang dilakukan yaitu dalam bentuk pengemasan produk sagun bakar kedalam sebuah box kemasan dengan jumlah 50 bungkus produk perbox kemasan. Usaha Sagun Bakar Allanta ini memanfaatkan kembali box air mineral sebagai box kemasan usaha karena biaya pembelian box air mineral yang lebih murah dibandingkan box berlabel usaha yang dipesan.

Selain itu, proses produksi sagun bakar umbi dahlia diawali dengan tahap pembuatan bubuk umbi dahlia, dimana proses tersebut dilakukan 1 kali dalam seminggu dengan menggunakan 50 Kg umbi dahlia diolah menjadi 5 Kg bubuk umbi dahlia, yang dilakukan oleh suami dari pemilik usaha dengan tahap:

a. Pengupasan

Kulit umbi dahlia dikupas dengan pisau kemudian umbi dahlia yang telah dikupas dicuci.

b. Pengirisan

Umbi yang telah dicuci diiris/dipotong tipis.

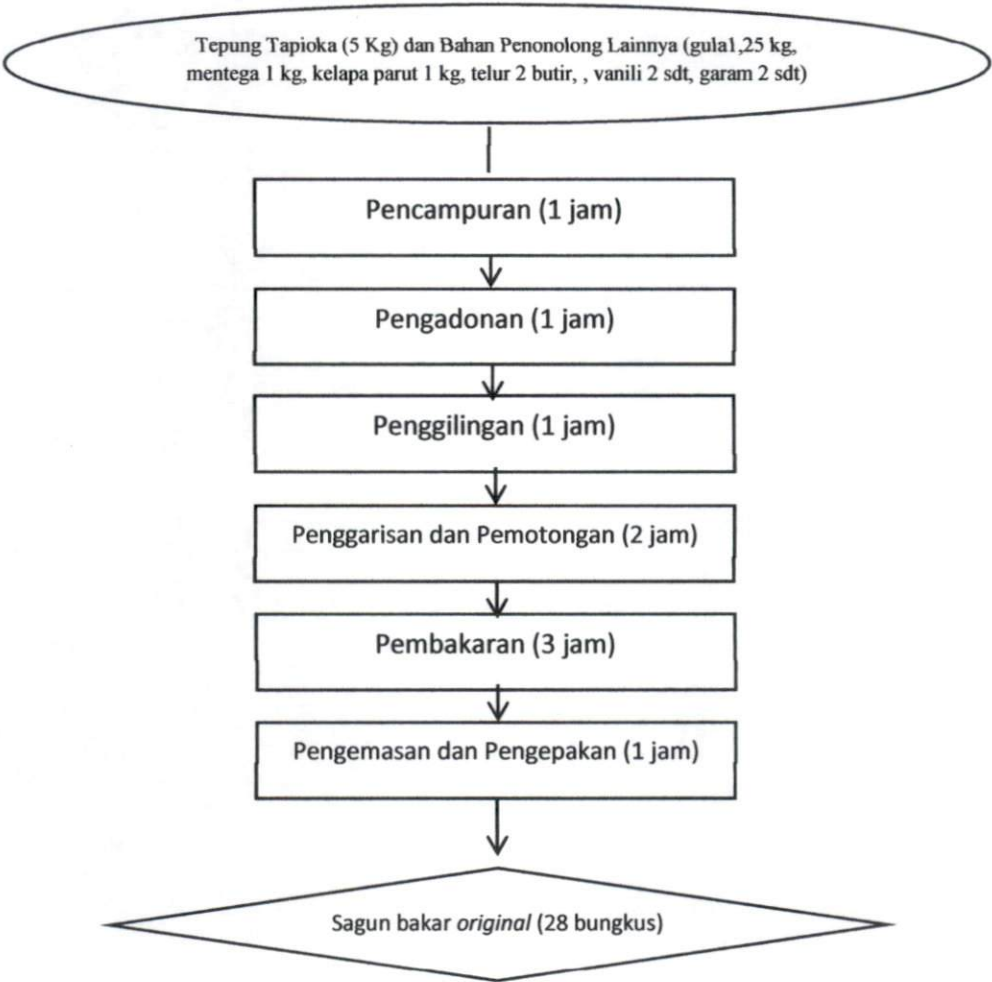
c. Pengeringan

Setelah umbi dahlia diiris, umbi tersebut dikeringkan dengan menggunakan paparan sianaar matahari untuuk menghilangkan kadar air yang terdapat dalam umbi dahlia tersebut.

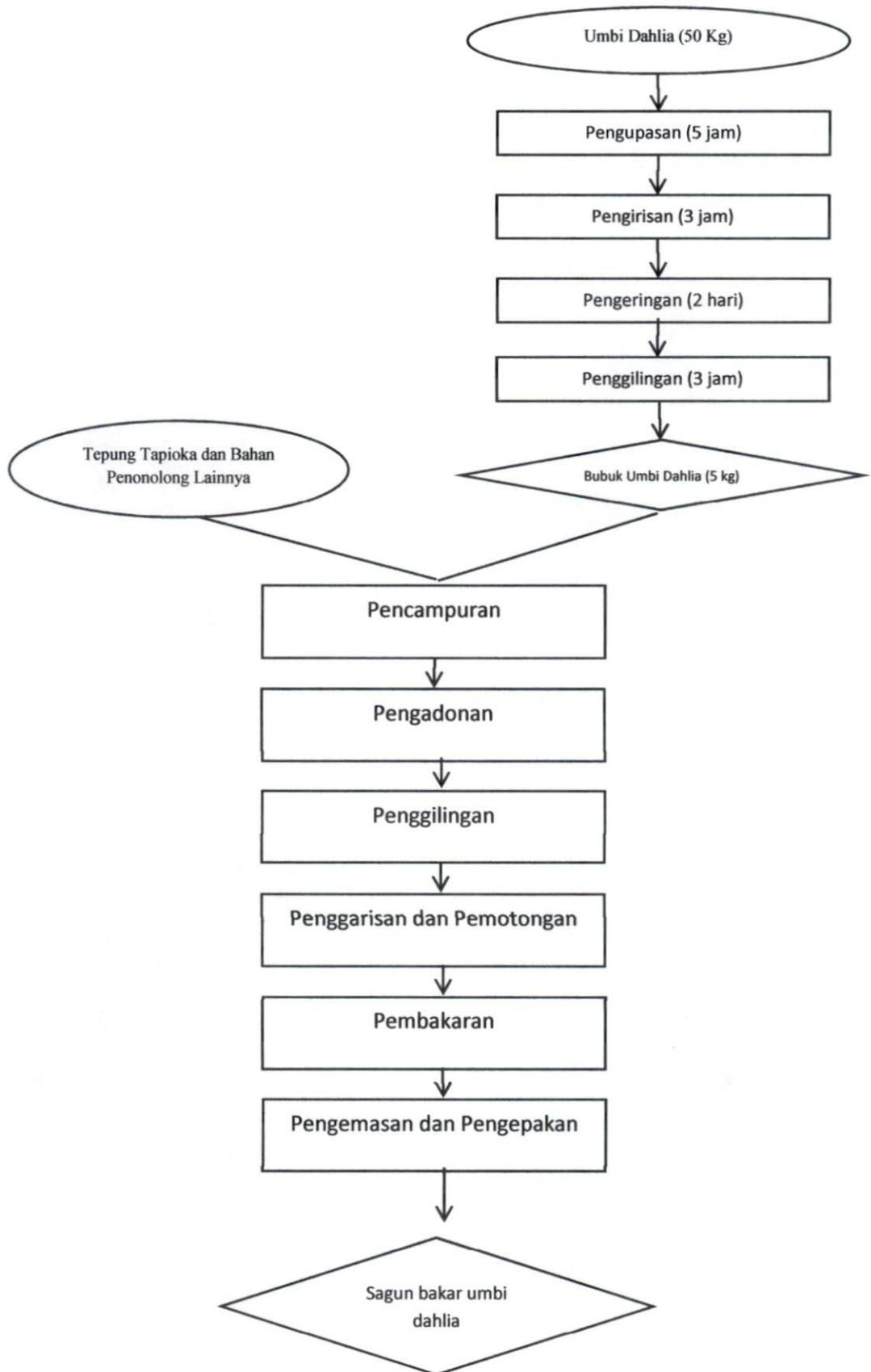
d. Penggilingan

Pada tahap ini, umbi yang telah di jemur hingga kering dan tidak memiliki kadar air digiling dengan menggunakan mesin penggiling, hal ini bertujuan untuk merubah umbi dahlia menjadi bubuk umbi dahlia,

Untuk Lebih jelasnya, proses produksi sagun bakar dapat dilihat pada Gambar 3 dan 4. Dokumentasi tentang proses produksi sagun bakar Allanta dapat dilihat pada Lampiran 26.

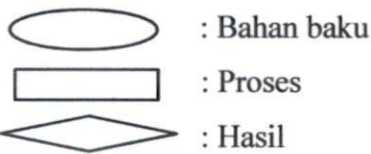


Gambar 3. Bagan Alir Proses Produksi Sagun Bakar *original*



Gambar 4. Bagan Alir Proses Produksi Sagun Bakar Umhi Dahlia

Keterangan:



3. Aspek Sumberdaya Manusia

Sumberdaya manusia merupakan salah satu faktor yang paling penting dari sebuah perusahaan untuk menciptakan dan memproduksi produk dan jasa. Suatu perusahaan akan mampu berkembang apabila memiliki sumber daya manusia (tenaga kerja) yang benar-benar kompeten dan telah mengikuti proses seleksi yang sebagaimana mestinya dengan juga mempertimbangkan faktor-faktor dalam perekrutan tersebut seperti penawaran tenaga kerja, tantangan etis, tantangan organisasional dan kesamaan kesempatan memperoleh pekerjaan (Siagian, 2009: 133).

Tenaga kerja merupakan kekayaan utama suatu perusahaan, dimana tanpa adanya sumberdaya manusia aktivitas perusahaan tidak akan berjalan. Tahun 2014 Usaha Sagun Bakar Allanta memiliki tenaga kerja sebanyak 13 orang yang termasuk pemilik yang menjadi pimpinan usaha, dimana untuk bagian keuangan terdiri dari 1 orang bendahara, 9 orang bagian produksi termasuk ketua dan wakil pada bagian produksi, dan 2 orang tenaga kerja bagian pemasaran. Pelaksanaan kegiatan usaha ini menggunakan tenaga kerja yang berasal dari dalam dan luar keluarga, dimana tenaga kerja bagian pemasaran terdiri dari tenaga kerja dalam keluarga yang berperan dalam proses pemasaran produk Sagun Bakar Allanta kepada pedagang pengecer, maupun pemasaran langsung melalui outlet dan bazar.

Tenaga kerja luar keluarga digunakan untuk berlangsungnya aktivitas produksi usaha yaitu pada bagian produksi dan bagian keuangan pada usaha Sagun bakar Allanta ini. Tenaga kerja yang berasal dari luar keluarga ini mengikuti tahap perekrutan yang sederhana, perekrutan tenaga kerja tidak memerlukan proses yang sulit karena pemilik menganggap bahwa apabila ada calon tenaga kerja yang memiliki kemauan untuk bekerja maka ia akan merekrut orang tersebut. Pemilik usaha tidak mementingkan kriteria pendidikan dan pengalaman kerja dari calon tenaga kerja tersebut. Oleh karena itu usaha ini

menggunakan sistem kekeluargaan dalam perekrutan tenaga kerja, sehingga kemampuan dari setiap tenaga kerja berbeda-beda. Adapun identitas pimpinan dan tenaga kerja usaha Sagun BakarAllanta dapat dilihat pada Lampiran 9.

Jam kerja untuk tenaga kerja per hari tidak ditentukan oleh pemilik usaha, hal ini disebabkan oleh sistem upah yang dibayarkan oleh sipemilik usaha. Akan tetapi, meskipun tidak adanya ikatan jam kerja proses produksi yang dilakukan oleh tenaga kerja pada umumnya berkisar 8 – 10 jam sehari dengan hari libur setiap hari minggu. Berdasarkan metode penetapan upah usaha Sagun Bakar Allanta ini menggunakan beberapa metode. Untuk upah tenaga kerja bagian keuangan dan bagian produksi digunakan upah tenaga kerja langsung (*straight salery*) dan upah satuan (*price work*), dimana upah yang diberikan berdasarkan jumlah produk yang mampu diproduksi dan diakumulasikan kemudian diberikan atas dasar satuan waktu tertentu yaitu setiap minggu.

Upah ini didasarkan pada paduan yang mampu dihasilkan dalam waktu seminggu, dimana 1 paduan di nilai seharga Rp. 60.000, untuk waktu efektif 1 orang tenaga kerja mampu menghasilkan 1 paduan per hari, sehingga dalam waktu seminggu akan bernilai Rp. 360.000 per minggu, dan dapat menghasilkan 168 bungkus setiap minggunya. Akan tetapi, secara keseluruhan tenaga kerja akan memproduksi 1 - 2 paduan tambahan setiap harinya dan upah paduan tersebut akan dibagi rata untuk semua tenaga kerja. Hal ini berbeda untuk bendahara, ketua bagian produksi dan wakil bagian produksi yang berperan dalam proses penacampuran dan mixer bahan baku menjadi adonan, sehingga mereka akan memperoleh upah tambahan Rp. 13.000 per paduan. Selain itu, tenaga kerja juga harus memproduksi sagun bakar dengan menggunakan umbi dahlia sebanyak 4 paduan dalam seminggu.

Sedangkan untuk bagian pemasaran, yang menggunakan tenaga kerja dalam keluarga dibayarkan gaji perbulan sebesar Rp. 1.000.000, dimana kegiatan pemasaran kepada pedagang pengecer dilakukan 2-4 kali dalam seminggu, dan kegiatan bazar dilakukan 2 kali dalam sebulan. Usaha Sagun Bakar Allanta ini belum mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi sistem upah tenaga kerja seperti tingkat upah dan gaji yang berlaku didaerah tersebut. Selain itu,

untuk upah yang dibayarkan kepada pemimpin atau pemilik usaha dibayarkan dalam bentuk gaji per bulan sebesar Rp. 3.000.000.

Volume produksi yang dihasilkan usaha Sagun Bakar Allanta tahun 2014 setiap bulannya tidak tetap yang dapat dilihat pada Lampiran 6, hal ini dikarenakan sistem distribusi dan kerjasama antara pemilik usaha dan pedagang pengecer yang menggunakan sistem konsinyasi, sehingga adanya fluktuasi terhadap permintaan. Permintaan tertinggi terjadi pada bulan Juli dan Agustus, yaitu pada saat mendekati bulan Ramadhan dan pada saat lebaran. Hal ini berpengaruh terhadap jumlah tenaga kerja, karena pada saat tingginya permintaan produksi sagun bakar ditingkatkan dan tenaga kerja ditambah, sehingga pada saat itulah jumlah tenaga kerja meningkat yaitu sebesar 13 orang. Penambahan tenaga kerja dilakukan dengan sistem pemanggilan tenaga kerja yang sudah berpengalaman pada usaha ini dan dibayar dengan sistem upah sesuai jumlah paduan yang dapat di produksi dalam seminggu. Akan tetapi, jumlah tenaga kerja yang ditemukan pada usaha Sagun Bakar Allanta sewaktu masa penelitian hanya berjumlah 10 orang, dengan jumlah produksi perhari sebanyak 8 paduan atau 224 bungkus.

Sistem upah langsung dan upah satuan yang digunakan dalam penelitian ini dengan alasan untuk mencegah adanya pemborosan tenaga kerja, sehingga kerja akan lebih efektif. Hal ini dilakukan karena usaha ini belum memiliki struktur organisasi tertulis dan pembagian kerja yang jelas, sehingga sering terjadi pemborosan tenaga kerja, dengan adanya sistem upah ini meningkatkan tanggung jawab tenaga kerja terhadap pekerjaannya masing-masing. Kelemahan dalam sistem ini yaitu tidak adanya keterikatan tenaga kerja dengan jam kerja, sehingga dapat mempengaruhi jumlah produk yang dapat di produksi. Disamping itu, sistem ini dapat menyebabkan kualitas produk yang beragam, karena dikerjakan secara bersama dengan keahlian yang berbeda-beda. Sistem upah ini akan merugikan tenaga kerja bagian keuangan dan tenaga kerja yang memiliki keahlian khusus, karena tenaga kerja tersebut memiliki pekerjaan yang lebih berat dari pada tenaga kerja yang lain, sehingga dapat menimbulkan kesenjangan diantara tenaga kerja.

Selain upah langsung dan upah satuan, tenaga kerja usaha Sagun Bakar Allanta ini juga mendapatkan tunjangan tambahan. Tunjangan tambahan dapat berupa THR (Tunjangan Hari Raya) pada saat Idul Fitri. Nominal dari tunjangan tambahan tersebut berkisar Rp. 100.000- Rp. 300.000. THR tersebut diberikan berbeda antara masing-masing tenaga kerja berdasarkan waktu bekerja atau lama bekerja tenaga kerja tersebut. Sesuai dengan pendapat Siagian (2009 : 268), sistem imbalan yang berlaku bagi karyawan organisasi dibedakan menjadi beberapa tingkatan dan jenis guna untuk mendorong produktivitas kerja yang lebih tinggi.

Selain THR, bonus juga diberikan oleh pihak usaha kepada tenaga kerja pemasaran mitra usaha. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan usaha, bonus yang diberikan dapat berbentuk makanan, pakaian, ataupun uang THR pada waktu Hari Raya Idul Fitri.

4. Mesin dan Peralatan

Selain tenaga kerja, komponen lain yang diperlukan dalam proses produksi adalah bangunan tempat produksi, mesin dan peralatan yang digunakan dalam proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Jenis investasi dan peralatan yang digunakan dalam proses produksi beserta fungsinya adalah sebagai berikut:

- a. Bangunan, digunakan sebagai tempat untuk melakukan keseluruhan proses produksi Sagun Bakar Allanta.
- b. Kendaraan mobil, digunakan sebagai alat transportasi untuk memasarkan sagun bakar diluar Kota Bukittinggi.
- c. Mesin pengaduk (mixer), digunakan sebagai tempat pengadonan campuran bahan baku tepung tapioka dan bahan penolong lainnya untuk mendapatkan adonan sagun bakar tersebut (1 buah dengan ukuran besar, dan 2 buah dengan ukuran kecil).
- d. Mesin penggilingan, digunakan untuk menghaluskan umbi dahlia menjadi bubuk umbi dahlia.
- e. Oven, digunakan untuk memanggang adonan yang telah dicetak (3 buah oven ukuran besar, 5 buah oven ukuran sedang, 2 buah oven ukuran kecil).

- f. Loyang aluminium, digunakan untuk meletakkan adonan yang telah dicetak (200 buah).
- g. Pipa paralon 2 inchi sepanjang 50 cm, untuk menggiling dan meratakan adonan.
- h. Penggaris, untuk mencetak adonan tepung.
- i. Pisau cater, untuk memotong dan mencetak adonan.
- j. Baskom, digunakan sebagai wadah untuk adonan yang sudah diaduk, dan sebagai wadah umbi dahlia yang sudah diiris.
- k. Ember, sebagai wadah umbi dahlia yang sudah di kupas dan di cuci.
- l. Timbangan, digunakan untuk menimbang bahan baku dan bahan penolong sebelum dimasukkan kedalam adonan (1 buah dengan kapasitas 20 kg, dan 1 buah dengan kapasitas 1 kg).
- m. Spatula, untuk mengangkat adonan ke cetakan.
- n. Tabung gas, untuk pembakaran cetakan sagun bakar (10 tabung).

Berdasarkan uraian diatas, dapat terlihat bahwa usaha Sagun Bakar Allanta masih menggunakan peralatan yang sederhana dalam memproduksi produk yang dihasilkan. Pada saat ini, kondisi peralatan Untuk nilai penyusutan, umur ekonomis dan harga beli peralatan dapat dilihat pada Lampiran 15, dimana nilai sisa pada biaya penyusutan tidak selalu dihitung sama pada setiap harga beli alat, namun tergantung pada faktor merek dan tipe alat serta cara perawatan alat tersebut, selain itu penurunan nilai barang seperti mobil, mixer, mesin penggiling, dan oven dihitung dengan metode saldo menurun berganda (Lampiran 16).

D. Aspek Pemasaran

Kegiatan Pemasaran merupakan ujung tombak suatu usaha, sehingga lancar tidaknya suatu usaha tergantung pada cara produk tersebut dipasarkan. Pemasaran merupakan sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Swastha dan Sukotjo, 2007 : 178-179). Implementasi pemasaran pada usaha Sagun Bakar Allanta dapat dilihat dari bauran pemasaran. Bauran pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan

untuk mempengaruhi permintaan produknya, bauran pemasaran terdiri dari 4 variabel atau 4P, yaitu: produk (*product*), distribusi (*place*), harga (*price*), dan promosi (*promotion*).

Informasi mengenai bauran pemasaran pada usaha Sagun Bakar Allanta dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke suatu pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dan dipergunakan untuk konsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan (Kotler dan Amstrong, 2002 : 407). Produk yang ditawarkan oleh usaha Sagun Bakar Allanta adalah produk kue kering, akan tetapi yang menjadi fokus utama dalam usaha ini adalah produk sagun bakar. Produk sagun bakar yang diproduksi oleh usaha ini pada awalnya berupa produk sagun bakar *original*, akan tetapi dengan rendahnya penerimaan penjualan dari produk sagun bakar ini pada tahun 2010 yang disebabkan oleh banyak pesaing untuk usaha jenis, maka untuk mengatasi pesaing tersebut usaha ini memproduksi produk sagun bakar aneka rasa, yaitu sagun bakar rasa labu, sagun bakar rasa pisang, dan sagun bakar rasa keju.

Produk sagun bakar *original* dan sagun bakar aneka rasa menjadi unggulan pada usaha ini, akan tetapi biaya produksi yang dibutuhkan untuk memproduksi sagun bakar aneka rasa jauh lebih besar dibandingkan dengan produk sagun bakar *original*, sedangkan produk tersebut dijual dengan harga yang sama, sehingga, produk sagun bakar aneka rasa hanya diproduksi ketika ada pesanan. Untuk mengembangkan produk Sagun Bakar Allanta dan meningkatkan penjualan maka pada tahun 2013 dilakukanlah diversifikasi produk pada industri kue kering ini yaitu dengan memproduksi produk sagun bakar umbi dahlia, dimana produk sagun bakar umbi dahlia ini lebih menekankan pada aspek kesehatan, yaitu khasiat yang terkandung dalam umbi dahlia tersebut. Diversifikasi produk itu sendiri merupakan suatu upaya kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengusahakan atau memasarkan beberapa produk baru yang sejenis dengan produk-produk yang sudah dipasarkan sebelumnya (Gitosudarmo, 1998).

Usaha Sagun Bakar Allanta melakukan diversifikasi produk melalui upaya penganeekaragaman fisik dan sifat untuk mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, dan peningkatan pendapatan penjualan. Tujuan dari diversifikasi produk ini yaitu menjaga stabilitas dengan jalan menyebarkan risiko fluktuasi laba, serta melakukan perluasan usaha. Oleh sebab itu produk sagun bakar umbi dahlia diharapkan dapat meningkatkan pendapatan pada usaha Sagun Bakar Allanta ini.

Suatu produk dapat dibedakan dengan produk lainnya dengan memperhatikan dan membandingkan karakteristik yang dimiliki oleh produk tersebut. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari karakteristik produk yaitu, klasifikasi produk, mutu produk, spesifikasi produk, merek dan pengemasan yang dilakukan terhadap produk.

a. Klasifikasifikasi Produk

Berdasarkan penggolongan produk menurut tujuan pemakaiannya maka usaha Sagun Bakar Allanta termasuk dalam produk konsumsi karena pembeli merupakan konsumen akhir dan bukan sebagai pemakai industri. Menurut Swastha dan Sukotjo (2007 : 195), barang konsumsi adalah barang yang dibeli untuk dikonsumsi dan bukan untuk kebutuhan industri. Barang konsumsi terdiri dari 3 jenis spesifik barang yaitu barang konvinien, barang *shopping*, dan barang spesial.

Produk kue kering sagun bakar merupakan produk yang langsung dikonsumsi oleh konsumen. Apabila lebih dirincikan lagi maka sagun bakar ini termasuk dalam barang konsumsi yang berjenis konvenien, dimana produk tersebut memiliki frekuensi pembelian tinggi (sering dibeli), dibutuhkan dalam waktu segera dan hanya memerlukan usaha yang minimum untuk memperolehnya.

b. Kualitas Produk

Kualitas adalah salah satu alat utama untuk menetapkan posisi bagi pemasar. Sebuah perusahaan harus mampu memilih tingkat kualitas yang sesuai dengan kebutuhan pasar sasaran dan tingkat kualitas produk pesaing (Kotler dan

Amstrong, 2001: 354). Suatu produk makanan harus memiliki standar mutu produk makanan yang dapat dilihat dari karakteristik fisik/tampak dan karakteristik tersembunyi. Mutu produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai lainnya. Mutu suatu produk dapat dilihat dari dua sisi yakni sebagai konsumen dan sisi sebagai produsen, dimana arti mutu untuk kedua sisi tersebut sama yaitu kepuasan kedua belah pihak.

Produk sagun bakar yang diproduksi oleh usaha ini telah memenuhi standar mutu yang baik. Dilihat dari karakteristik fisik/tampak, sagun bakar tersebut berwarna putih tidak berwarna gelap dan merah. Selain itu, mutu produk dapat dilihat dari karakteristik tersembunyi, dimana produk dari Sagun Bakar Allanta ini tidak menggunakan bahan pengawet dan menggunakan bahan baku yang berkualitas baik. Hal ini terlihat dari pengadaan bahan baku yang memperhatikan kualitas bahan baku itu sendiri, dimana pihak usaha tidak menerima bahan baku seperti gula yang berwarna merah dan kelapa yang terlalu tua, karena hal ini dapat menyebabkan perubahan bentuk fisik yaitu berupa warna yang lebih gelap dan kemerahan.

Produk Sagun Bakar Allanta memanfaatkan umbi dahlia sebagai pengganti bahan pengawet dan penambah cita rasa untuk produk tersebut, sehingga produk ini baik untuk kesehatan. Daya tahan yang dimiliki oleh produk sagun bakar ini yaitu selama 6 bulan selama produk berada dalam kemasan dan kondisi yang baik. Jaminan mutu dari produk Sagun Bakar Allanta ini dapat dilihat dengan diperolehnya izin dari Dinkes P-IRT No. 2061 3070 1160 pada tahun 2010, sehingga dengan adanya izin PIRT tersebut dapat dikatakan bahwa produk sagun bakar ini memiliki mutu yang baik dan layak untuk dipasarkan.

c. Merek Produk

Merek merupakan peranan yang penting dalam pemasaran suatu produk, dengan adanya merek yang mudah dikenal oleh konsumen maka akan lebih mudah dalam pemasarannya. Menurut Swastha dan Sukotjo (2007 : 199), merek adalah satu nama, istilah, desain (rancangan), atau kombinasinya yang

dimaksudkan untuk memberi tanda pengenal barang atau jasa dari seorang penjual atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari barang-barang yang dihasilkan oleh pesaing.

Usaha sagun bakar ini memberi merek pada produk kue kering dengan merek "Allanta Que". Allanta merupakan pengabungan nama Ibu pemilik usaha dengan nama suaminya. Usaha Allanta ini memproduksi berbagai macam jenis kue kering yang diantaranya kue brownis, kue ulang tahun, emping jagung, beras rendang, kipang jagung, sagun bakar dan aneka jenis kue kering yang dipasarkan langsung kepada konsumen. Selain itu, pemilik memilih merek tersebut karena menarik dan mudah dihafal oleh konsumen. Akan tetapi, merek usaha Allanta Que ditukar menjadi Sagun Bakar Allanta, hal ini dikarenakan bahwa usaha Allanta Que lebih fokus pada satu produk usaha yang dianggap dapat bersaing dan memiliki nilai pasar yang tinggi yaitu sagun bakar.

d. Kemasan dan Label

Kemasan yang digunakan untuk produk Sagun Bakar Allanta adalah plastik transparan yang tebal. Plastik yang digunakan untuk kemasan berukuran 20 x 15 cm, dimana plastik yang digunakan adalah plastik khusus yang telah dilengkapi perekat di ujung atas. Akan tetapi, untuk menjaga ke higienisan dan keamanan produk, maka kemasan di balut lakban sebagai segel kemasan pada bagian penutup. Kemasan produk Sagun Bakar Allanta juga dilengkapi dengan label produk yang berukuran 11 x 8 cm, dimana pada label tersebut telah dicantumkan nama produk, berat bersih atau isi bersih, nama dan alamat pihak yang memproduksi, daftar bahan yang digunakan dan tanggal, bulan, tahun kadaluarsa, izin dari Depkes P-IRT, serta label halal.

Menurut Peraturan Pemerintah No 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, suatu label perusahaan harus memiliki sekurang-kurangnya nama produk, berat bersih atau isi bersih serta nama dan alamat pihak yang memproduksi. Sedangkan syarat tambahan untuk label suatu produk seperti daftar bahan yang digunakan dan tanggal, bulan, tahun kadaluarsa. Selain itu telah diatur pula mengenai pencantuman label halal untuk produk yang diproduksi bagi

perusahaan makanan. Hal ini karena masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam dimana kehalalan tersebut sangat penting.

Label yang digunakan pada kemasan produk Sagun Bakar Allanta ini, sudah dapat dianggap ideal karena sudah sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku. Hal ini dikarenakan, pada label tersebut telah mencantumkan semua komponen yang diperlukan sebagai informasi tentang produk kepada konsumen. Sedangkan untuk warna dan bentuk label kemasan berbeda dari setiap jenis produk yaitu sagun bakar *original* yang menggunakan label berwarna kuning hijau, dan untuk sagun bakar umbi dahlia berwarna hijau ungu dan dilengkapi latar bunga dahlia.

Penggunaan kemasan dan label diberikan mulai tahun 2010, setelah usaha Sagun Bakar Allanta ini mengikuti gugus kendali mutu. Alasan lain dalam perbaikan kemasan dan pemberian label pada tahun tersebut dikarenakan adanya pesaing yang meniru persis produk dari usaha tersebut mulai dari bentuk produk, tekstur, hingga kemasan dan mereknya. Sehingga, pemberian label dan kemasan pada produk ini diharapkan dapat meningkatkan pemasaran produk Sagun Bakar Allanta.

2. Harga

Harga merupakan komponen paling penting dalam pemasaran suatu produk. Harga adalah satu-satunya elemen pemasaran yang menghasilkan pendapatan, dimana semua elemen lain mewakili biaya. Menurut Swastha dan Soekotjo (2007 : 211) harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Usaha Sagun Bakar Allanta ini memiliki harga jual di outlet pemasaran sebesar Rp. 20.000 per bungkus untuk produk sagun bakar *original*, dan harga jual untuk produk sagun bakar umbi dahlia di outlet pemasaran yaitu sebesar Rp. 26.000 per bungkus. Harga jual kepada pedagang besar dan pedagang pengecer adalah Rp. 14.000 per bungkus untuk produk sagun bakar *original*, dan untuk konsumen akhir yang langsung membeli produk ke tempat produksi sebesar Rp 15.000. Harga jual produk sagun bakar umbi dahlia lebih tinggi dibandingkan dengan harga jual produk sagun bakar *original*, hal ini disebabkan oleh tingginya

biaya yang dikeluarkan dan waktu yang dibutuhkan untuk memproduksi sagun bakar umbi dahlia.

Harga jual yang ditetapkan oleh usaha ini berdasarkan biaya yang dikeluarkan, sehingga terjadi perubahan harga hampir setiap tahunnya. Pada awal tahun 2014 harga jual produk kepedagang besar sebesar Rp. 12.000 dan kepedagang pengecer sebesar Rp 13.000. Harga jual produk sagun bakar *original* naik menjadi Rp. 14.000 pada bulan April, hal ini disebabkan kenaikan biaya pembelian bahan baku untuk memproduksi sagun bakar.

Menurut Swastha dan Sukotjo (2007 : 215) ada beberapa pendekatan yang digunakan dalam penetapan harga jual, antara lain: (1) Pendekatan harga biaya plus (*cost plus pricing method*), ditentukan dengan menghitung jumlah seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu untuk menutup laba yang dikehendaki pada unit tersebut (margin), (2) Penetapan harga *mark-up* (*mark-up pricing method*), yaitu menentukan harga jualnya setelah menambah harga sebelum dengan sejumlah *mark-up*. *Mark-up* merupakan kelebihan harga jual di atas harga belinya, (3) Penetapan harga *break-even* (*break-even pricing*), didasarkan pada permintaan pasar dan masih mempertimbangkan biaya, (4) Penetapan harga dalam hubungannya dengan pasar, penjual atau perusahaan dapat menentukan harga sama dengan tingkat harga pasar agar dapat ikut bersaing, atau dapat juga ditentukan lebih tinggi atau lebih rendah dari tingkat harga dalam persaingan.

Usaha Sagun Bakar Allanta menggunakan dasar penetapan harga dengan biaya *plus*, dimana menentukan harga dengan menghitung jumlah seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu untuk menutup laba yang dikehendaki. Pada usaha Sagun Bakar Allanta ini, pihak usaha menetapkan harga dengan mempertimbangkan biaya bahan produksi, biaya tenaga kerja, waktu dan laba yang diharapkan oleh pihak usaha. Akan tetapi, dalam penetapan harga usaha pemilik usaha Sagun Bakar Allanta tidak memperhitungkan biaya penyusutan peralatan dan mesin.

Penetapan harga dalam usaha ini ditetapkan sendiri oleh pihak usaha. Akan tetapi harga yang ditetapkan oleh usaha Sagun Bakar Allanta ini berada di atas harga pesaing, sehingga menimbulkan persaingan yang tinggi dengan produk pesaing. Usaha Sagun Bakar Allanta ini menetapkan harga di atas pesaing

dikarenakan usaha ini mengharapkan keuntungan sebesar 50% dari total biaya yang dikeluarkan. Disamping itu, penetapan harga produk diatas harga pesaing ditetapkan usaha karena citra produk yang baik, dimana produk Sagun Bakar Allanta sudah dikenal konsumen dengan cita rasa yang khas. Akan tetapi tingginya harga produk sagun bakar umbi dahlia dibandingkan produk sagun bakar *original* menyebabkan rendahnya permintaan terhadap produk tersebut

3. Distribusi

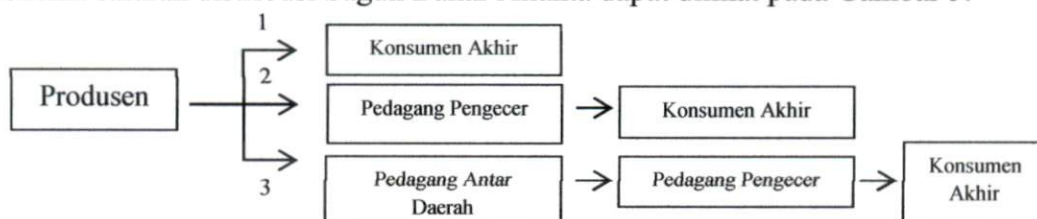
Distribusi merupakan suatu kegiatan menyalurkan, menyebarkan, menyampaikan barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Dalam distribusi ini dapat dilihat saluran distribusi seperti apa yang sesuai untuk perusahaan (Kotler dan Armstrong, 2002 : 72). Pendistribusian suatu produk merupakan hal penting dalam pemasaran. Sebuah perusahaan harus menerapkan sistem saluran yang baik agar produk tetap terjaga sampai ke tangan konsumen akhir.

Menurut Kotler dan Armstrong (2002 : 363) menyatakan bahwa ada dua tingkatan perantara dalam saluran distribusi, yaitu: (1) saluran pemasaran langsung, yaitu saluran pemasaran yang tidak memiliki tingkatan perantara, (2) saluran pemasaran tidak langsung, yaitu saluran distribusi yang berisikan satu atau lebih tingkatan perantara. Penyaluran produk yang digunakan Sagun Bakar Allanta terdiri dari dua jenis saluran yaitu saluran langsung dan saluran tidak langsung. Saluran langsung dimana konsumen akhir langsung mendapatkan produk dari perusahaan sedangkan saluran tidak langsung melalui pedagang besar kemudian pedagang pengecer dan setelah itu baru sampai ke tangan konsumen akhir.

Saluran pemasaran langsung dilakukan melalui outlet penjualan yang dimiliki oleh usaha serta pemasaran melalui bazar yang diikuti oleh pemilik usaha setiap bulannya. Kegiatan pemasaran langsung disini berarti bahwa konsumen langsung membeli produk ditempat produksi, maupun outlet pemasaran yang dimiliki oleh usaha. Pemasaran langsung dilakukan oleh usaha untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan pemasaran tidak langsung, hal ini dikarenakan tidak ada perantara dalam memasarkan produk tersebut, sehingga keuntungan yang dapat diperoleh usaha akan lebih besar. Akan tetapi yang menjadi kendala dalam kegiatan pemasaran langsung ini adalah ruang lingkup

konsumen yang terlalu kecil, dimana konsumen dalam pemasaran langsung pada umumnya berasal dari daerah sekitar lokasi pemasaran usaha. Saluran pemasaran tidak langsung dilakukan melalui perantara yaitu pedagang besar dan pedagang pengecer sebelum sampai kekonsumen akhir.

Skema saluran distribusi Sagun Bakar Allanta dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Skema Saluran Distribusi Usaha Sagun Bakar Allanta

Persentase untuk masing-masing saluran distribusi adalah untuk saluran distribusi pertama yaitu produsen langsung ke konsumen akhir sebesar 20%, untuk saluran distribusi kedua yaitu produsen ke pedagang pengecer kemudian ke konsumen akhir sebesar 75% dimana pedagang pengecer yang dimaksud adalah toko-toko dan minimarket yang bekerjasama dengan usaha Sagun Bakar Allanta dimana pedagang pengecer memasarkan produk tersebut dengan sistem pembayaran tunai dan konsinyasi. Pada kegiatan pemasaran ini, pedagang pengecer mempunyai peranan yang penting, dimana pemasaran produk yang paling banyak melalui pedagang pengecer tersebut. Saluran distribusi ketiga yaitu produsen ke pedagang besar kemudian pedagang besar menjual ke pedagang pengecer dan pedagang pengecer menjual langsung ke konsumen akhir sebesar 5%, dimana pemasaran yang dilakukan kedaerah diluar Sumatera seperti pemasaran kedaerah Jakarta dan Malaysia. Rendahnya pemasaran dengan saluran distribusi ke tiga dikarenakan usaha belum mampu memenuhi permintaan pedagang besar dalam jumlah yang banyak secara terus menerus sehingga distribusi dengan saluran ketiga belum optimal.

Dapat dilihat pada Lampiran 4 bahwa wilayah pemasaran produk Sagun Bakar Allanta meliputi sebagian besar wilayah Sumatera Barat, seperti daerah Bukittinggi, Agam, Payakumbuh, Padang Panjang, Solok, Padang, Batusangkar, dan daerah diluar Sumatera Barat seperti Pekanbaru dan Jakarta. Pendistribusian produk dilakukan dengan menggunakan mobil pribadi serta memanfaatkan jasa angkutan seperti travel. Pendistribusian produk dilakukan sesuai pesanan dari

pihak pedagang, dimana untuk pedagang besar menggunakan sistem penjualan langsung, dan pedagang pengecer dengan sistem konsinyasi yaitu penjualan tidak langsung dimana pembayaran dilakukan setelah produk terjual.

4. Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel *marketing mix* yang digunakan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya. Promosi juga sering dikatakan sebagai proses berlanjut karena dapat menimbulkan rangkaian selanjutnya dari perusahaan. Promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Swastha dan Sukotjo, 2007 : 222).

Menurut Swastha dan Sukotjo (2007 : 222), kegiatan yang ada dalam promosi ini pada umumnya ada empat, yaitu: a) periklanan, adalah komunikasi non individual dengan sejumlah biaya melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga non laba, serta individu-individu, b) *personal selling*, adalah interaksi antar individu saling bertatap muka yang diajukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain, c) promosi penjualan, merupakan suatu kegiatan dalam promosi, dimana perusahaan menggunakan alat-alat seperti peragaan, pameran, demonstrasi, hadiah, dan contoh barang, dan d) publisitas, merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan melalui suatu media, namun informasi yang tercantum tidak berupa berita.

Promosi yang dilakukan oleh usaha Sagun Bakar Allanta adalah menggunakan periklanan pada tahun 2006 yaitu melalui radio dan media cetak, akan tetapi pada saat itu usaha masih memproduksi berbagai macam produk kue kering. Tingginya biaya untuk kegiatan promosi tersebut membuat pemilik usaha tidak menggunakan promosi usaha melalui periklanan. Promosi usaha dilakukan kembali pada tahun 2010, setelah usaha Sagun Bakar Allanta mengikuti Gugus Kendali Mutu yang diadakan oleh Diperindag Sumbar. Promosi yang dilakukan berupa promosi penjualan, yaitu dengan mengikuti kegiatan peragaan, pameran, dan bazar yang diadakan oleh Balai Perindustrian Sumatera Barat serta bazar UKM setiap bulannya. Hal ini terbukti dapat meningkatkan penjualan produk

kring yang dapat menjadi masalah pada kesehatan. Sehingga, untuk meningkatkan penjualan produk sagun bakar umbi dahlia yang diproduksi usaha Sagun Bakar Allanta ini, maka promosi penjualan harus diarahkan pada pangsa pasar yang sesuai, dimana dengan menggunakan promosi penjualan publisitas yaitu brosur dan menggunakan publisitas dengan media sosial.

E. Aspek Keuangan

1. Sumber dan Penggunaan Modal

Kondisi keuangan sangat perlu diperhatikan oleh sebuah perusahaan terutama ketersediaan modal. Sumber modal dari sebuah perusahaan dapat berupa modal sendiri atau modal pinjaman. Modal sendiri merupakan modal yang dikeluarkan untuk perusahaan dengan menggunakan sejumlah uang milik pribadi pemilik perusahaan, sedangkan modal pinjaman merupakan adanya sejumlah uang yang dipinjam dari pihak-pihak tertentu untuk meningkatkan atau mengembangkan perusahaan.

Pada usaha Sagun Bakar Allanta ini, pemilik awalnya menggunakan modal pribadi sebesar Rp. 100.000. modal ini digunakan untuk membeli bahan baku untuk memproduksi kue kering. Sedangkan alat dan tempat, pemilik menggunakan rumah sendiri sebagai tempat produksi, dan menggunakan peralatan rumah tangga sebagai alat produksinya. Hal ini dilakukan karena produksi yang dilakukan sipemilik masih sedikit dan berdasarkan pesanan.

Semakin berkembangnya usaha pada tahun 2010, pemilik usaha mengikuti Gugus Kendali Mutu, dan berhasil memperbaiki mutu produk dengan didapatnya izin dari Dinas Kesehatan. Untuk mengembangkan usaha tersebut sipemilik berusaha untuk mengajukan pinjaman ke lembaga non bank yaitu PT. Sucofindo sebesar Rp. 15.000.000,- dengan periode dua tahun pengembalian yang digunakan sebagai modal usaha untuk pembelian bahan baku usaha sagun bakar. Disamping itu, sipemiliki usaha menanamkan modal milik pribadi sebesar Rp. 50.000.000,- yang digunakan untuk investasi peralatan usaha serta penambahan tenaga kerja. Tahun 2012 setelah pembayaran dari hutang pinjaman dilunasi, sipemilik usaha ditawarkan pinjaman kembali dari PT. Sucofindo dengan nominal yang lebih besar yaitu Rp. 35.000.000,- dengan periode pengembalian yang sama yaitu

selama dua tahun, dimana pinjaman tersebut digunakan untuk pembelian bahan baku usaha. Alasan dari sipemiliki usaha melakukan pinjaman modal usaha dari PT. Sucofindo karena bunga pinjaman yang ditawarkan oleh PT. Sucofindo lebih kecil dari lembaga keuangan bank, yaitu sebesar 6% per tahun atau sebesar 0,5% per bulan.

Pengelolaan keuangan sangat diperlukan usaha untuk dapat memantau seberapa besar perencanaan yang dilakukan oleh pihak usaha dapat mencapai tujuan yang diharapkan usaha yaitu keuntungan. Pengelolaan keuangan dapat dilihat dari sumber dana yang diperoleh serta alokasi penggunaan dana tersebut yang dilakukan oleh pihak usaha. Penambahan modal usaha secara tidak langsung mempengaruhi tingkat keuntungan usaha. Usaha Sagun Bakar Allanta ini dapat meningkatkan keuntungan melalui penambahan modal yang dialokasikan kepada penambahan peralatan serta penambahan modal untuk pembelian bahan baku dan bahan penolong usaha, sehingga meningkatkan volume produksi usaha, yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi keuntungan usaha yang diterima oleh pihak usaha.

2. Pencatatan Laporan Keuangan

Sebuah perusahaan harus memiliki pencatatan laporan keuangan yang baik agar mampu melihat bagaimana perkembangan usaha apabila dilihat dari aspek pengeluaran dan permintaan. Pada umumnya banyak usaha kecil yang tidak biasa membuat catatan kegiatan yang terjadi dalam usahanya dan hanya mengandalkan daya ingat dan perkiraan saja. Begitu juga dengan usaha kue kering Sagun Bakar Allanta yang hanya melakukan pencatatan yang sederhana dalam mengatur keuangan perusahaan. Namun, pihak usaha ini belum melakukan pencatatan secara khusus, yang memuat segala jenis kegiatan dan transaksi yang terjadi.

Pihak usaha dalam hal ini adalah bagian keuangan atau tenaga kerja yang ditunjuk sebagai bendahara belum mampu merincikan setiap detail pengeluaran, hanya mencatat pengeluaran dalam jumlah besar saja seperti biaya-biaya yang dikeluarkan untuk produksi, penerimaan yang diperoleh dari pembelian pedagang besar. Namun pencatatan seperti jumlah produksi, jumlah pembelian, serta biaya dalam bentuk kecil belum dicatat dalam buku khusus. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan bagian keuangan mengenai pencatatan keuangan yang

baik, serta peran ganda yang dilakukan oleh tenaga kerja bagian keuangan sekaligus merangkap sebagai tenaga kerja bagian produksi mengakibatkan kesulitan dalam melakukan pencatatan keuangan.

Usaha kue kering Sagun Bakar Allanta merupakan salah satu dari banyaknya usaha kecil yang belum menerapkan pengelolaan keuangan yang teratur dimana usaha ini hanya melakukan pencatatan keuangan yang sederhana dan dibuat secara manual dan belum sesuai dengan pencatatan akuntansi yang benar. Selain memperhatikan sumber dana dan alokasi dana yang baik, pihak usaha seharusnya melakukan monitoring keuangan melalui laporan keuangan yang baik.

Pemilik usaha seharusnya memperhatikan pencatatan laporan keuangan usaha sehingga dapat melihatliha sejauh mana usaha ini mampu menghasilkan keuntungan dan menutupi biaya totalnya untuk meminimalisir kerugian. Dengan adanya pencatatan laporan keuangan yang baik dan benar maka usaha ini akan mampu mengetahui penyimpangan-penyimpangan yang terjadi dalam perusahaan sehingga mampu diantisipasi dan diperbaiki untuk kemajuan perusahaan kedepannya.

F. Analisis Keuntungan dan Titik Impas

1. Produksi

Aspek produksi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan dan keuntungan suatu usaha. Usaha sagun bakar Allanta memproduksi dua jenis produk yaitu produk sagun bakar *original* dan produk sagun bakar umbi dahlia, dimana volume produksi kedua produk sangat berbeda, hal ini disebabkan oleh tingginya permintaan untuk produk sagun bakar *original* dibandingkan produk sagun bakar umbi dahlia. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada Lampiran 6.

Pihak usaha yang terlebih dahulu memproduksi produk sagun bakar *original* tentunya lebih menaruh prioritas produksi kepada produk tersebut dibandingkan produk sagun bakar umbi dahlia. Produksi yang dilakukan usaha untuk kedua produk di produksi pada tempat yang sama dan dengan tenaga kerja yang sama, sehingga hal ini mempengaruhi jumlah produk sagun bakar umbi dahlia yang dapat di produksi, hal inilah yang menyebabkan rendahnya penerimaan yang

diterima produk sagun bakar umbi dahlia dibandingkan dengan penerimaan untuk produk sagun bakar *original*.

2. Biaya

Konsep biaya diperlukan untuk mengembangkan data biaya yang dapat membantu manajemen usaha dalam mencapai tujuannya. Biaya-biaya yang dikeluarkan pada usaha Sagun Bakar Allanta ini dibedakan menjadi biaya variabel dan biaya tetap. Biaya variabel terdiri dari biaya bahan baku (tepung tapioka), biaya tenaga kerja variabel yaitu upah tenaga kerja produksi dan tenaga kerja pemasaran, biaya *overhead* pabrik variabel yaitu biaya bahan penolong (bubuk umbi dahlia, kelapa parut, gula, telur, garam, vanile, mentega, bubuk umbi dahlia), biaya kemasan, label kemasan, biaya bahan bakar produksi, biaya pengiriman produk dan biaya komunikasi (pemakaian pulsa telepon seluler).

Sedangkan biaya tetap terdiri dari biaya *overhead* tetap yaitu biaya penyusutan alat dan mesin, biaya penyusutan kendaraan, biaya pemakaian listrik, pajak kendaraan usaha, bunga pinjaman, biaya pemasaran tetap yaitu biaya pemeliharaan alat dan kendaraan, tunjangan karyawan, serta biaya administrasi dan umum yaitu gaji pimpinan dan bagian keuangan usaha. Untuk selengkapnya dapat dilihat pada rincian berikut.

a. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan. Biaya variabel pada usaha Sagun Bakar Allanta meliputi:

i. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan dasar kegiatan produksi (Mulyadi, 2005 : 275). Biaya bahan baku yang dikeluarkan pada usaha Sagun Bakar Allanta ini adalah tepung tapioka. Jumlah kebutuhan bahan baku ini ditentukan oleh permintaan konsumen yaitu pedagang pengecer dan jumlah sagun bakar yang mampu diproduksi oleh tenaga kerja. Penggunaan bahan baku dalam usaha ini menggunakan sistem FIFO (*First In First Out*) dimana bahan baku yang pertama kali dibeli itulah yang digunakan

terlebih dahulu, untuk rincian penggunaan bahan baku dengan sistem FIFO dapat dilihat pada Lampiran 7.

Tabel 3. Biaya Bahan Baku Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari – Desember 2014

Produk	Jumlah Penggunaan Bahan Baku (Kg)	Biaya Bahan Baku (Rp)
Sagun Bakar <i>original</i>	10.560	70.150.095
Sagun Bakar Umbi Dahlia	965	6.407.905
Total	11.525	76.558.000

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa selama periode Januari – Desember 2014, total biaya bahan baku yang dikeluarkan usaha Sagun Bakar Allanta untuk pembelian tepung tapioka adalah sebesar Rp 76.558.000,-. Pemakaian bahan baku tepung tapioka tersebut sebesar 10.560 kg digunakan untuk memproduksi sagun bakar *original* dengan biaya bahan baku sebesar Rp.70.150.095,- dan sebesar 965 kg tepung tapioka untuk produksi sagun bakar umbi dahlia dengan biaya bahan baku sebesar Rp 6.407.905,-. Untuk lebih lengkapnya, rincian biaya bahan baku setiap bulannya dapat dilihat pada Lampiran 7.

Berdasarkan Lampiran 7 dapat dilihat bahwa terdapat fluktuasi pembelian dan penggunaan bahan baku tepung tapioka tersebut, dimana penggunaan yang paling banyak terdapat pada bulan Juli yaitu sebesar 1.325 kg tepung tapioka dengan biaya pembelian bahan baku sebesar Rp. 9.150.000,-. Hal ini terjadi karena meningkatnya permintaan produk sagun bakar dari para pedagang pengecer yang bertujuan untuk memenuhi permintan konsumen saat lebaran. Selain fluktuasi penggunaan bahan baku, harga dari bahan baku itu sendiri juga berfluktuasi, dimana pembelian yang dilakukan oleh usaha Sagun Bakar Allanta yaitu per karung tepung tapioka yang berisi 25 kg. Fluktuasi harga bahan baku ini sangat mempengaruhi biaya produksi usaha tersebut, sehingga pihak usaha meningkatkan harga jual produk yang dimulai pada bulan April. Fluktuasi harga bahan baku ini terjadi setiap bulannya, hal ini disebabkan adanya kenaikan harga bahan bakar minyak dan kegiatan pemilihan presiden yang berdampak pada ketidakstabilan harga barang dipasaran.

ii. Biaya Overhead Pabrik Variabel

Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya yang dikeluarkan selain dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung yang diperlukan untuk memproduksi sagun bakar. Biaya *overhead* pabrik dapat dibagi dua, yaitu biaya *overhead* pabrik variabel dan biaya *overhead* pabrik tetap. Biaya *overhead* pabrik variabel, hubungannya dengan produk dimana jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan produksi. Biaya *overhead* pabrik variabel yang dikeluarkan pada usaha Sagun Bakar Allanta adalah:

1) Biaya Bahan Penolong

Biaya bahan penolong, yaitu bahan yang diperlukan untuk menjadi bahan tambahan dalam memproduksi produk sagun bakar. Rincian biaya bahan penolong dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Biaya Bahan Penolong pada Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari -Desember 2014

No	Jenis Biaya	Total Pengeluaran (Rp)
1	Mentega	13.941.600
2	Gula	26.959.600
3	Telur	4.643.318
4	Kelapa	33.520.000
5	Garam	180.000
6	Vanili	360.000
7	Bubuk Umbi Dahlia	6.031.250
Total		85.635.768

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa total biaya bahan penolong sebesar Rp 85.635.768,- dimana biaya tersebut jauh lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bahan baku, hal ini dikarenakan beragamnya bahan penolong yang digunakan untuk memproduksi produk sagun bakar tersebut. Untuk produk sagun bakar *original* bahan penolong yang digunakan terdiri dari mentega, gula, telur, kelapa, garam dan vanili. Sedangkan yang membedakan dengan produk sagun bakar umbi dahlia yaitu adanya bahan penolong tambahan berupa bubuk umbi dahlia.

Pembelian dan penggunaan bahan penolong itu sendiri tergantung dari jumlah produksi dan bahan baku yang digunakan, sehingga terdapatnya

fluktuasi biaya bahan penolong setiap bulannya. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Lampiran 8.

2) Biaya Bahan Bakar

Bahan bakar yang digunakan dalam memproduksi sagun bakar dalam usaha ini adalah bahan bakar gas. Total biaya yang dikeluarkan oleh usaha Sagun Bakar Allanta untuk memproduksi dua jenis produk sagun bakar yaitu sagun bakar *original* dan produk sagun bakar umbi dahlia pada periode Januari-Desember 2014 untuk pembelian 145 tabung bahan bakar gas sebesar Rp. 16.175.000,-. Untuk lebih jelasnya rincian biaya dan penggunaan bahan bakar gas setiap bulannya dapat dilihat pada Lampiran 10a.

3) Biaya Komunikasi

Biaya komunikasi ini merupakan biaya yang dikeluarkan untuk menunjang kegiatan usaha Sagun Bakar Allanta. Biaya komunikasi yang digunakan oleh usaha ini adalah biaya melakukan pengisian pulsa dengan nominal yang berbeda setiap bulannya. Telepon seluler yang digunakan adalah milik karyawan yang digunakan untuk berhubungan dengan mitra usaha ataupun pemasok bahan baku. Total biaya komunikasi yang dikeluarkan untuk kepentingan usaha pada periode Januari-Desember 2014 sebesar Rp. 285.000, untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Lampiran 10b.

4) Biaya Pengemasan

Pengemasan yang dilakukan dalam usaha ini adalah dengan menggunakan kemasan plastik bening yang berukuran 14 x 21 cm, dilengkapi dengan label kemasan usaha yang berukuran 11 X 8 cm, dan di kemas dalam sebuah box kemasan, kemudian dilengkapi dengan biaya pembelian tali, dan lakban. Biaya pengemasan yang digunakan usaha Sagun Bakar Allanta ini berfluktuasi setiap bulannya, hal ini dikarenakan jumlah produksi yang berbeda-beda setiap bulannya. Box kemasan Usaha Sagun Bakar Allanta terdiri dari dua jenis, yaitu box kemasan berlabel yang merupakan bantuan dari Dinas Perindustrian Sumatera Barat sebanyak 500 pcs yang digunakan untuk penjualan langsung dalam acara pameran dan sebagai bungkusan untuk konsumen yang membeli dalam jumlah banyak, akan tetapi box kemasan berlabel tersebut membutuhkan biaya yang lebih besar dibandingkan box kemasan sms yang

digunakan kembali. Untuk menghemat biaya box kemasan, maka pihak usaha menggunakan daur ulang box kemasan sms yang harga perlembaranya sebesar Rp. 500,-.. Untuk melihat lebih rincinya biaya pengemasan ini dapat dilihat pada Lampiran 11.

5) Biaya Pengiriman Produk

Biaya pengiriman produk yaitu biaya variabel yang dikeluarkan oleh pihak usaha dalam menyalurkan produk Sagun Bakar Allanta khususnya produk *original* dengan menggunakan jasa transportasi umum sesuai dengan permintaan pedagang pengecer. Transportasi yang biasa digunakan pihak usaha yaitu jasa travel dengan biaya Rp. 20.000,- per box kemasan untuk wilayah Sumatera Barat, dan Rp. 35.000,- untuk wilayah Pekanbaru. Untuk lebih rinci dapat dilihat biaya pemasaran usaha Sagun Bakar Allanta periode Januari-Desember 2014 pada Lampiran 12.

6) Biaya Pemakaian Listrik Usaha

Biaya pemakaian listrik usaha, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk menunjang kegiatan usaha, yang terdiri dari penggunaan listrik untuk mixer, lampu penerangan, dan pompa air. Pihak usaha mengeluarkan biaya listrik untuk tiga lokasi usaha, yaitu rumah pemilik usaha untuk tempat produksi dimana biaya yang dibayarkan untuk listrik merupakan biaya bersama pemakaian rumah dan usaha yang dapat dilihat pada Lampiran 14. Lokasi kedua yaitu biaya listrik tempat pabrik produksi dimana biaya listrik yang dikeluarkan berfluktuasi setiap bulannya tergantung jumlah produk yang diproduksi, dan biaya pemakaian listrik outlet pemasaran usaha, dimana biaya listrik yang dikeluarkan usaha setiap bulannya tetap, hal ini dikarenakan pemakaian pulsa listrik yang tetap setiap bulannya. Biaya pemakaian listrik lebih rincinya dapat dilihat pada Lampiran 13.

7) Biaya Pemakaian Air

Biaya pemakaian air usaha digunakan untuk mencuci peralatan usaha, biaya yang dikeluarkan untuk pemakaian air merupakan biaya yang dibayarkan untuk pemakaian dilokasi pabrik usaha karena penggunaan air PDAM, dimana biaya yang dikeluarkan setiap bulannya tidak tetap. Rincian biaya air dapat dilihat pada Lampiran 13.

8) Biaya Pemeliharaan Kendaraan

Biaya pemeliharaan kendaraan, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk pemeliharaan kendaraan yang meliputi service mobil, ganti oli, dan aki mobil. Total biaya yang dikeluarkan untuk pemeliharaan kendaraan sebesar Rp. 5.800.000,- untuk rincian biaya perbulan dapat dilihat pada Lampiran 17.

9) Biaya Pemeliharaan Alat

Biaya yang dikeluarkan untuk pemeliharaan alat-alat produksi yaitu berupa service oven pemanggang dan pembersih peralatan berupa sabun pencuci,. Total biaya yang dikeluarkan untuk pemeliharaan peralatan sebesar Rp. 360.000,- untuk rincian biaya perbulan dapat dilihat pada Lampiran 17.

iii. Biaya Tenaga Kerja

Tenaga kerja yang termasuk biaya variabel adalah tenaga kerja langsung, yaitu tenaga kerja pengolahan dan tenaga kerja pemasaran, dan gaji bendahara yang sifatnya tidak tetap. Tenaga kerja pengolahan terdiri dari tenaga kerja pencampuran, yaitu tenaga kerja yang berperan dalam pencampuran bahan baku dan bahan penolong menjadi sebuah adonan, yang terdiri dari 4 orang tenaga kerja yang sangat dipercaya. Hal ini dikarenakan adanya perlindungan terhadap paduan bahan baku produksi sagun bakar itu sendiri. Biaya yang dikeluarkan untuk upah tenaga kerja per paduan yaitu sebesar Rp. 13.000,-. Sedangkan untuk pengolahan sampai pengemasan dilakukan oleh anggota tenaga kerja bagian produksi yang berjumlah 7 – 10 orang, hal ini tergantung kepada jumlah pesanan yang diterima usaha, dimana apabila permintaan produk sagun bakar tinggi, maka pihak usaha menambah tenaga kerja bagian produksi. Biaya yang dikeluarkan untuk upah tenaga kerja per paduan sebesar Rp. 60.000,- untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Lampiran 18.

Selain biaya tenaga kerja pengolahan, tenaga kerja langsung dalam usaha ini adalah tenaga kerja pemasaran, yang berfungsi memasarkan langsung produk Sagun Bakar Allanta kepedagang pengecer, dimana tenaga kerja langsung ini merupakan tenaga kerja dalam keluarga, sehingga biaya tenaga kerja yang dikeluarkan termasuk biaya yang diperhitungkan usaha. Biaya tenaga kerja variabel yang berikutnya yaitu gaji bendahara dimana bendahara yang berfungsi sebagai pengelola keuangan usaha tidak dibayarkan secara langsung akan tetapi

termasuk biaya yang diperhitungkan, sehingga biaya gaji yang dikeluarkan tidak tetap, untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Lampiran 19.

b. Biaya Tetap

Biaya tetap merupakan biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu. Biaya tetap pada usaha Sagun Bakar Allanta terdiri dari:

i. Biaya *Overhead* Pabrik Tetap

BOP dalam usaha Sagun Bakar Allanta ini terdiri dari biaya penyusutan peralatan dan penyusutan mesin, biaya pajak kendaraan usaha, biaya bunga pinjaman, biaya pemeliharaan alat dan THR karyawan.

a) Biaya penyusutan peralatan dikeluarkan untuk jenis investasi seperti menggunakan baskom, ember, loyang dan peralatan produksi. Biaya penyusutan didapat dengan menggunakan metode garis lurus dimana pada rumus yang diolah terdapat harga beli, nilai sisa yang diestimasikan pada saat sekarang dan umur ekonomis masing-masing alat sehingga didapat biaya penyusutan peralatan sebesar Rp 484.108,-/bulan dan Rp 5.809.300,-/ tahun. Rincian biaya penyusutan dapat dilihat pada lampiran 15.

b) Biaya Penyusutan mesin dan kendaraan, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk jenis investasi barang ataupun peralatan yang memiliki penurunan beban penyusutan setiap tahunnya seperti, oven, mixer, mesin penggiling, dan mobil. Penurunan beban tersebut dihitung dengan menggunakan metode saldo menurun berganda. Total biaya penyusutan mesin dan kendaraan yang dikeluarkan usaha Sagun Bakar Allanta adalah sebesar Rp. 2.732.864,-/ bulan, dan Rp. 32.794.388,-/ tahun. Rincian Biaya lebih lengkapnya dapat dilihat pada Lampiran 16.

c) Biaya pajak kendaraan, yaitu biaya tetap yang dikeluarkan usaha setiap tahunnya sebesar Rp. 2.300.00, dimana biaya yang dibayarkan merupakan biaya pajak untuk kendaraan mobil yang digunakan untuk memperlancar akses transportasi produk usaha.

d) Biaya Pajak Bumi Bangunan, biaya pajak yang dikeluarkan usaha selain pajak kendaraan adalah biaya Pbb yaitu sebesar Rp. 116.520,- untuk ketiga lokasi bangunan usaha, dimana biaya Pbb untuk rumah usaha sebesar Rp.

140.200, sedangkan penggunaan untuk usahanya sebesar 10%, sehingga biaya Pbb yang dibayarkan sebesar Rp 14.020. Pbb yang kedua yaitu outlet usaha sebesar Rp. 26.500, dan biaya Pbb ketiga yaitu untuk pabrik usaha sebesar Rp. 76.000,-.

e) THR dan Bonus, merupakan biaya yang dikeluarkan pihak usaha sebagai tunjangan karyawan yang dikeluarkan pada perayaan hari raya sebesar Rp. 200.000,-/ orang, disamping itu pihak usaha juga mengeluarkan bonus yang diberikan kepada tenaga pemasar mitra usaha, hal ini bertujuan untuk menjalin kepercayaan dengan cara pendekatan langsung dimana biaya THR dan bonus termasuk biaya diperhitungkan. (Lampiran 19).

ii. Biaya Pemasaran Tetap

Biaya pemasaran tetap merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam memasarkan produk yang dihasilkan tanpa dipengaruhi volume produksi. Biaya pemasaran tetap terdiri dari biaya tenaga kerja pemasaran tetap. Biaya tenaga kerja pemasaran tetap merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membayar gaji tenaga kerja pemasaran di outlet pemasaran usaha sebesar Rp. 700.000,-/bulan, dengan total biaya tenaga kerja penjualan usaha pada periode Januari-Desember 2014 sebesar Rp. 8.400.000,-, yang terlihat pada rincian biaya pemasaran Lampiran 12.

iii. Biaya Administrasi dan Umum

Biaya Adm merupakan biaya yang terdiri dari gaji pimpinan usaha dan biaya Alat Tulis Kantor, dimana gaji pimpinan usaha termasuk kedalam biaya yang diperhitungkan. (Lampiran 19). Gaji dari pimpinan usaha dibayarkan sebesar Rp. 3.000.000,-/ bulan. Sehingga apabila diakumulasikan total biaya gaji pimpinan per tahunnya sebesar Rp.36.000.000,-.

Total biaya variabel yang dikeluarkan usaha pada periode Januari-Desember 2014 adalah sebesar Rp. 445.492.568,- dan total biaya tetap usaha sebesar Rp. 99.797.184,-. Untuk lebih jelasnya rincian biaya variabel dan biaya tetap usaha Sagun Bakar Allanta pada periode Januari-Desember 2014 dapat dilihat pada Lampiran 20.

c. Biaya Bersama

Biaya bersama adalah biaya-biaya untuk memproduksi dua atau lebih produk yang terpisah (tidak diolah bersama) dengan fasilitas sama pada saat yang bersamaan (Mulyadi, 2005 : 334). Biaya produk bersama yang terdapat pada usaha Sagun Bakar Allanta ini disebabkan karena usaha ini memproduksi dua jenis produk dengan bahan baku yang sama.

Biaya bersama usaha sagun bakar Allanta adalah biaya yang dikeluarkan oleh usaha Sagun Bakar Allanta untuk menghasilkan sagun bakar *original* dan sagun bakar umbi dahlia. Biaya tersebut meliputi biaya variabel dan biaya tetap usaha. Berdasarkan perhitungan alokasi biaya bersama, didapatkan bahwa persentasi alokasi biaya bersama untuk produk sagun bakar *original* adalah sebesar 91,63% dan alokasi biaya bersama untuk produk sagun bakar umbi dahlia sebesar 8,37% (Lampiran 21). Untuk lebih rincinya pemakaian biaya bersama untuk biaya variabel dan biaya tetap produk sagun bakar *original* dan sagun bakar umbi dahlia dapat dilihat pada Lampiran 22.

3. Harga Jual

Harga jual produk sagun bakar *original* untuk penjualan langsung dan tidak langsung pada tahun 2014 adalah Rp. 14.000 perbungkus. Akan tetapi harga tersebut mulai berlaku pada bulan April, dimana pada akhir bulan maret terjadi peningkatan harga bahan baku yang mengakibatkan tingginya biaya produksi, sehingga harga jual produk sagun bakar *original* dinaikkan dari harga Rp. 13.000 per bungkus. Penjualan yang dilakukan usaha berdasarkan barang yang terlebih dahulu diproduksi, hal ini dilakukan agar tidak terjadi penumpukan produk yang telah diproduksi.

Penetapan harga jual ini berdasarkan metode biaya *plus*, dimana menentukan harga dengan menghitung jumlah seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu untuk menutup laba yang dikehendaki.

Tabel 5. Rincian Biaya Produksi Produk Sagun Bakar *original* Usaha Sagun Bakar Allanta

Keterangan	Jumlah (Rp)
Biaya Produksi	
• Biaya Bahan Baku	70.150.095
• Biaya Bahan Penolong	73.359.494
• Biaya Tenaga Kerja Produksi	154.181.220
Biaya Overhead Pabrik	
• Biaya Pengemasan	25.283.800
• Biaya Listrik	4.910.060
• Biaya Air	1.170.298
• Biaya Bahan Bakar (Gas)	14.821.153
Total Biaya Produksi	343.876.120
Harga Pokok Produksi / Bungkus	5.815

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa total biaya produksi sagun bakar *original* pada Usaha Sagun Bakar Allanta periode Januari – Desember 2014 yaitu sebesar Rp. 343.876.120,-. Sehingga harga pokok produksi untuk 1 bungkus sagun bakar yaitu sebesar Rp. 5.815,-, ditambah dengan biaya tertentu dan laba yang diharapkan pemilik, sehingga ditetapkanlah harga untuk produk sagun bakar *original* sebesar Rp. 14.000,- per bungkus.

Tabel 6. Rincian Biaya Produksi Produk Sagun Bakar Umbi Dahlia Usaha Sagun Bakar Allanta

Keterangan	Jumlah (Rp)
Biaya Produksi	
• Biaya Bahan Baku	6.407.905
• Biaya Bahan Penolong	12.276.274
• Biaya Tenaga Kerja Produksi	14.083.781
Biaya Overhead Pabrik	
• Biaya Pengemasan	2.116.254
• Biaya Listrik	448.513
• Biaya Air	106.902
• Biaya Bahan Bakar (Gas)	1.353.848
Total Biaya Produksi	36.793.477
Harga Pokok Produksi / Bungkus	6.813

Dilihat dari tabel diatas, bahwa total biaya produksi untuk produk sagun bakar umbi dahlia pada usaha Sagun Bakar Allanta periode Januari – Desember 2014 yaitu sebesar Rp. 36.793.477,-. Sehingga harga pokok produksi per bungkus untuk produk ini adalah sebesar Rp. 6.813,- dengan harga jual produk sebesar Rp.26.000,- per bungkus.

4. Pendapatan Penjualan

Pendapatan penjualan adalah nilai rupiah yang diterima oleh pihak usaha Sagun Bakar Allanta dari hasil penjualan sagun bakar yang diproduksi. Besarnya pendapatan dapat diperoleh dengan mengalikan jumlah produk yang telah didistribusikan dengan harga jual produk yang telah ditetapkan. Pendapatan penjualan dari usaha ini dapat dilihat dari pendapatan penjualan langsung dan tidak langsung. Pendapatan penjualan tidak langsung yang dilakukan oleh pemilik usaha yaitu pendapatan yang diterima oleh usaha yang berasal dari pembayaran produk dari sistem konsinyasi yang melibatkan pedagang pengecer, sedangkan pendapatan penjualan langsung yaitu pendapatan yang diterima usaha dari penjualan yang dilakukan secara langsung dari konsumen ataupun pedagang pengecer dimana konsumen langsung membeli produk ketempat produksi dan outlet pemasaran usaha.

Dapat dilihat jumlah pendapatan penjualan dari usaha Sagun Bakar Allanta produk *original* dan produk umbi dahlia pada periode Januari-Desember 2014 pada Tabel 7.

Tabel 7. Jumlah Pendapatan Penjualan Usaha Sagun Bakar Allanta *original* Periode Januari-Desember 2014.

No	Bulan	Pendapatan Penjualan (Rp)			Pendapatan Penjualan (Rp)
		Langsung		Tidak Langsung	
		Pabrik	Outlet	Konsinyasi	
1	Januari	32.241.000	2.520.000	7.611.000	42.372.000
2	Februari	44.752.000	2.160.000	23.621.000	70.533.000
3	Maret	12.641.000	1.720.000	33.904.000	48.265.000
4	April	32.072.000	1.880.000	19.754.000	53.706.000
5	Mei	48.891.000	2.060.000	33.222.000	84.173.000
6	Juni	47.165.000	2.260.000	36.736.000	86.161.000
7	Juli	35.758.000	3.780.000	8.064.000	47.602.000
8	Agustus	76.500.000	2.420.000	46.592.000	125.512.000
9	September	18.609.000	2.100.000	23.072.000	43.781.000
10	Oktober	40.155.000	3.120.000	33.040.000	76.315.000
11	November	24.504.000	2.200.000	24.472.000	51.176.000
12	Desember	38.925.000	2.920.000	35.952.000	77.797.000
JUMLAH		452.213.000	29.140.000	326.040.000	807.393.000

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pendapatan penjualan yang diterima oleh usaha Sagun Bakar Allanta untuk produk sagun bakar *original* selama periode Januari – Desember 2014 sebesar Rp. 807.393.000, dimana pendapatan penjualan langsung sebesar Rp. 481.353.000 yaitu pendapatan yang diperoleh dari pendapatan penjualan dipabrik usaha dan pendapatan penjualan pada outlet pemasaran. Pendapatan dari penjualan tidak langsung yang diterima usaha adalah sebesar Rp. 326.040.000 yaitu pendapatan yang diperoleh dari pembayaran produk yang dilakukan melalui sistem konsinyasi. Pendapatan penjualan terbesar pada bulan Agustus yaitu sebesar Rp. 125.512.000, hal ini dikarenakan meningkatnya permintaan produk sagun bakar *original* dalam rangka perayaan Hari Raya Idul Fitri.

Tabel 8. Jumlah Pendapatan Penjualan Usaha Sagun Bakar Allanta Umbi Dahlia Periode Januari-Desember 2014.

No	Bulan	Penjualan (bks)	Pendapatan Penjualan (Rp)
1	Januari	470	12.217.000
2	Februari	445	11.568.000
3	Maret	440	11.439.000
4	April	438	11.388.000
5	Mei	428	11.123.000
6	Juni	440	11.438.000
7	Juli	441	11.460.000
8	Agustus	446	11.590.000
9	September	445	11.570.000
10	Oktober	445	11.568.000
11	November	438	11.387.000
12	Desember	442	11.490.000
JUMLAH		5.318	138.238.000

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pendapatan penjualan yang dihasilkan untuk produk sagun bakar umbi dahlia pada periode Januari – Desember 2014 sebesar Rp. 138.238.000, dimana pendapatan penjualan tersebut diperoleh dari penjualan langsung produk sagun bakar umbi dahlia melalui outlet pemasaran usaha Sagun Bakar Allanta. Pendapatan yang diterima oleh pihak usaha setiap bulannya berfluktuasi, hal ini disebabkan karena pengaruh permintaan produk sagun bakar tersebut.

Perbandingan antara pendapatan penjualan dari sagun bakar *original* dengan produk sagun bakar umbi dahlia sangat berbeda jauh, hal ini dikarenakan adanya beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan kedua produk yaitu faktor produksi, dan faktor pemasaran produk. Faktor produksi yang dimaksud disini yaitu adanya perbedaan jumlah produksi yang sangat tinggi antara kedua produk tersebut, perbedaan tersebut dikarenakan adanya pengaruh tempat, peralatan dan tenaga kerja yang digunakan untuk kedua produk, dimana produksi untuk produk sagun bakar umbi dahlia menggunakan tempat, peralatan, dan tenaga kerja yang sama untuk produksi sagun bakar *original*, hal inilah yang menyebabkan rendahnya produksi yang dihasilkan untuk produk sagun bakar umbi dahlia. Faktor pemasaran, yaitu target pasar yang berbeda antara kedua produk mengakibatkan rendahnya permintaan untuk produk sagun bakar umbi dahlia. Selain itu, faktor pemasaran yang paling berpengaruh terhadap permintaan produk yaitu promosi produk, dimana promosi produk yang dilakukan untuk sagun bakar umbi dahlia belum tepat sasaran, sehingga belum mampu meningkatkan permintaan untuk produk sagun bakar umbi dahlia tersebut. Rincian pendapatan penjualan yang diperoleh usaha dapat dilihat pada Lampiran 23.

5. Keuntungan

Keuntungan merupakan laba bersih usaha yang dihitung dari seluruh pendapatan penjualan yang dikurangi dengan seluruh biaya. Pendapatan penjualan yang dimaksud adalah pendapatan penjualan yang diterima secara langsung, maupun tidak langsung yaitu pendapatan yang diterima dari pembayaran produk yang telah didistribusikan oleh usaha Sagun Bakar Allanta pada periode Januari-Desember 2014 (Lampiran 23). Biaya yang dikeluarkan usaha adalah semua biaya yang dikeluarkan oleh usaha Sagun Bakar Allanta dalam kegiatan penjualan suatu usaha yang meliputi biaya variabel dan biaya tetap. Laporan laba rugi usaha Sagun Bakar Allanta untuk produk sagun bakar *original* dan produk sagun bakar umbi dahlia pada periode Januari – Desember 2014 dapat dilihat pada Tabel 9 berikut ini.

Tabel 9. Laporan Laba-Rugi Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014.

Keterangan	Produk Sagun Bakar <i>original</i>	Produk Sagun Bakar umbi dahlia	Total (Rp)
Pendapatan Penjualan	807.393.000	138.238.000	945.631.000
Retur	2.639.000	2.132.000	4.771.000
Biaya Variabel			
Biaya Bahan Baku	70.150.095	6.407.905	76.558.000
BOP Variabel			
Biaya Bahan Penolong	73.359.494	12.276.274	85.635.768
Biaya Bahan Bakar (Gas)	14.821.153	1.353.848	16.175.000
Biaya Komunikasi	261.146	23.855	285.000
Biaya Pemakaian Listrik	4.910.060	448.513	5.358.573
Biaya Pemakaian Air	1.170.298	106.902	1.277.200
Biaya Pemeliharaan Alat	329.868	30.132	360.000
Biaya Pengemasan	23.167.546	2.116.254	25.283.800
Biaya Pemasaran Variabel			
Biaya Pemeliharaan Kendaraan	5.314.540	485.460	5.800.000
Biaya Pengiriman Produk	1.995.000	0	1.995.000
Biaya T.K Pemasaran*	22.449.350	2.050.650	24.500.000
Biaya Tenaga Kerja Variabel			
Biaya T.K Pencampuran	27.456.930	2.508.071	29.965.000
Biaya T.K Pengolahan-Pengemasan	126.724.290	11.575.710	138.300.000
Gaji Bendahara	10.653.820	973.180	11.627.000
Total Biaya Variabel	382.763.589	40.356.752	423.120.341
Margin Kontribusi	421.990.411	95.749.248	517.739.660
Biaya Tetap			
BOP Tetap			
B. Penyusutan Peralatan	14.284.476	1.304.824	15.589.300
B .Penyu. Mesin & Kendaraan	30.049.498	2.744.890	32.794.388
Pajak Kendaraan	2.107.490	192.510	2.300.000
Bunga Pinjaman	1.924.230	175.770	2.100.000
THR dan Bonus	2.217.446	202.554	2.420.000
Pajak Bumi Bangunan	106.767	9.753	116.520
Biaya Pemasaran Tetap			
Biaya T.K Pemasaran**	7.696.920	703.080	8.400.000
Biaya Adm dan Umum			
Gaji Pimpinan	32.986.800	3.013.200	36.000.000
Biaya ATK	70.555	6.445	77.000
Total Biaya Tetap	91.444.182	8.353.026	99.797.208
Laba Bersih	330.546.229	87.396.222	417.942.476
% Keuntungan	41%	64%	44%

Ket :

- * = Tenaga kerja pemasaran yang berperan dalam distribusi produk
- ** = Tenaga kerja pemasaran di outlet pemasaran

Keuntungan/laba bersih yang didapat oleh usaha Sagun Bakar Allanta periode akuntansi Januari-Desember 2014 adalah sebesar Rp 417.942.476,- dengan total pendapatan penjualan sebesar Rp 940.860.000,- dan biaya yang dikeluarkan usaha adalah sebesar Rp 423.120.341,- biaya variabel dan Rp. 99.797.208,- biaya tetap. Keuntungan terbesar diperoleh pada bulan Agustus yaitu sebesar Rp. 87.031.264,- hal ini dikarenakan tingginya permintaan dari pedagang pengecer untuk memenuhi permintaan konsumen di hari lebaran. Sedangkan pada bulan Juli usaha mengalami kerugian sebesar Rp. 932.911,- yang disebabkan karena rendahnya penerimaan dari penjualan tidak langsung, karena pada saat itu pedagang pengecer yang merupakan mitra usaha Sagun Bakar Allanta tidak melakukan pembayaran, selain itu rendahnya keuntungan dipengaruhi oleh rendahnya permintaan produk karena bertepatan dengan puasa Ramadhan, akan tetapi biaya yang dikeluarkan sangat besar untuk memproduksi produk yang akan dipasarkan dalam memenuhi permintaan konsumen di hari lebaran.

Keuntungan yang diperoleh dari usaha Sagun Bakar Allanta ini merupakan keuntungan dari penjualan produk sagun bakar *original* yang merupakan produk utama pada usaha ini, dimana keuntungan bersih yang diterima usaha dari produk ini sebesar Rp. 330.546.229,- dengan persentase keuntungan sebesar 41%. Akan tetapi persentase keuntungan yang diperoleh dari produk sagun bakar *original* lebih kecil dibandingkan dengan persentase keuntungan untuk produk sagun bakar bakar umbi dahlia yaitu 64% dengan keuntungan sebesar Rp. 87.396.222,-. Hal ini disebabkan perbedaan harga jual diantara kedua produk. Untuk perhitungan laporan laba rugi usaha Sagun Bakar Allanta periode Januari-Desember 2014 per bulannya dapat dilihat pada Lampiran 24.

Produk sagun bakar umbi dahlia merupakan pengembangan produk sagun bakar dengan memanfaatkan umbi dahlia sebagai bahan tambahan yang bermanfaat untuk kesehatan. Akan tetapi jika dibandingkan dengan jumlah produksi dan keuntungan yang diperoleh dari produk sagun bakar umbi dahlia ini jauh lebih kecil dari pada produk sagun bakar *original*. Hal ini disebabkan rendahnya permintaan produk sagun bakar umbi dahlia tersebut. Sebagai produk

baru, produk sagun bakar umbi dahlia memiliki kendala dalam hal pemasaran, dimana pihak usaha belum mampu menempatkan posisi produk pada konsumen, sehingga permintaan akan produk ini masih rendah. Selain itu, yang menjadi kendala dalam pengembangan produk sagun bakar umbi dahlia ini adalah kurangnya tenaga kerja pengolahan, dimana kegiatan produksi maupun tempat produksi masih bersamaan dengan produk sagun bakar *original*, sehingga produk yang dihasilkan dalam jumlah kecil.

Dilihat dari persentase keuntungan yang diperoleh, usaha Sagun Bakar Allanta merupakan usaha yang berkembang, meskipun memiliki banyak pesaing. Keuntungan yang diterima oleh usaha ini digunakan sebagai penambah modal untuk melakukan produksi selanjutnya, selain itu pihak usaha juga menggunakan 5 % dari keuntungan sebagai kas usaha. Tingginya keuntungan yang diperoleh oleh usaha Sagun Bakar Allanta tidak terlepas dari peran pedagang pengecer dan mitra usaha, sehingga meningkatkan permintaan produk. Upaya yang dilakukan usaha dalam menjalin kerjasama dengan mitra usaha melalui keikutsertaan usaha dalam kelompok UKM Sumatera Barat, disamping itu pihak usaha menjalin kerjasama dengan mitra usaha melalui pendekatan langsung antara pemilik usaha dengan tenaga pemasar mitra usaha melalui pemberian bonus ataupun THR, hal ini dapat meningkatkan pemasaran dari produk Sagun Bakar Allanta.

6. Analisis Titik Impas

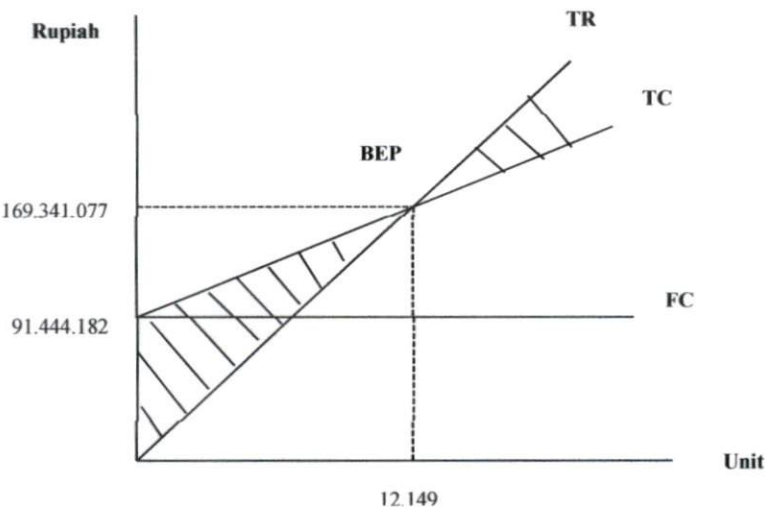
Dalam memproduksi suatu produk, tidak hanya aspek kualitas saja yang perlu diperhatikan, tetapi perlu juga dicermati tentang aspek biaya, volume, laba, serta aspek kuantitas dari produk yang akan diproduksi. Alat analisa yang digunakan untuk menyusun perencanaan produksi menyangkut aspek kuantitas disebut *Break Even Analysis* (Subanar, 1994 : 93).

Titik impas (BEP) adalah suatu keadaan dimana usaha tidak mengalami keuntungan ataupun kerugian atau dapat dikatakan pendapatan penjualan sama dengan biaya yang dikeluarkan (Kasmir, 2008: 332). Dalam analisis titik impas biaya dikelompokkan menjadi biaya variabel dan biaya tetap. Unsur-unsur yang diperlukan dalam perhitungan impas adalah biaya tetap total, biaya variabel per unit, penjualan selama periode tertentu dan harga jual. Titik impas pada usaha Sagun Bakar Allanta ini dapat dilihat pada Tabel 10.

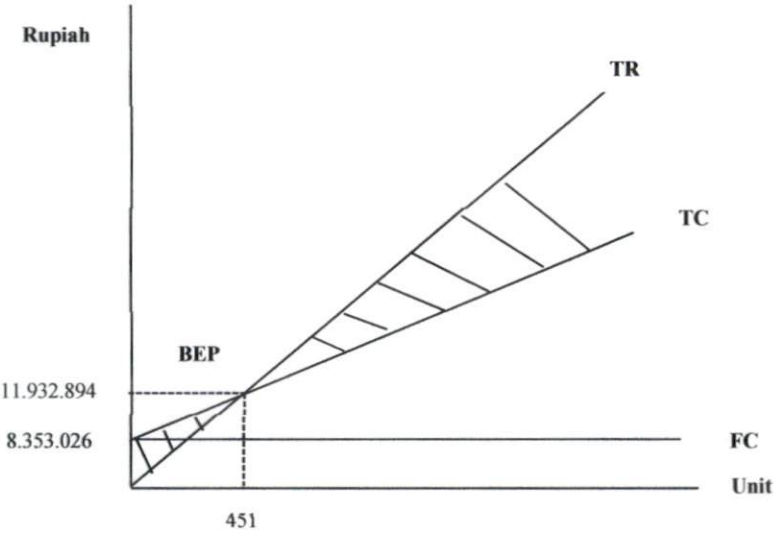
Tabel 10. Titik Impas pada Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014

Keterangan	Sagun Bakar <i>original</i>	Sagun Bakar Umbi Dahlia
Total Biaya tetap (Rp)	91.444.182	8.353.026
Toal Biaya Variabel (Rp)	382.763.589	40.356.752
Biaya Variabel/bungkus (Rp/bungkus)	6.473	7.474
Harga Jual rata-rata/bungkus (Rp)	14.000	26.000
Volume Produksi (bungkus)	59.132	5.400
Impas Kuantitas (bungkus)	12.149	451
Impas penjualan (Rp)	169.341.077	11.932.894

Berdasarkan Tabel 10 dapat dilihat bahwa usaha Sagun Bakar Allanta tidak akan mendapatkan keuntungan ataupun menderita kerugian apabila usaha ini memproduksi sagun bakar *original* pada tingkat produksi 12.149 bungkus dengan penjualan sebesar Rp. 169.341.077,-, dan memproduksi produk sagun bakar umbi dahlia pada tingkat produksi 451 bungkus dengan penjualan sebesar Rp. 11.932.894,-. Usaha Sagun Bakar Allanta ini sendiri telah memproduksi produk sagun bakar *original* diatas titik impas yaitu sebesar 59.132 bungkus dengan penjualan Rp. 807.393.000,- dan 5.400 bungkus produk sagun bakar umbi dahlia dengan penjualan Rp. 138.238.000,-. Perhitungan titik impas ini bertujuan agar pihak usaha dapat melakukan perencanaan kuantitas produksi untuk menghindari resiko kerugian. Usaha Sagun Bakar Allanta ini dapat merupakan sebuah usaha yang sudah berkembang, dimana usaha ini telah mampu merencanakan produksi produk diatas titik impas usaha, sehingga usaha ini tidak mengalami kerugian. Lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 6 dan 7. Adapun rincian perhitungan titik impas dapat dilihat pada Lampiran 25.



Gambar 6. Grafik Titik Impas Sagun Bakar *original*



Gambar 7. Grafik Titik Impas Sagun Bakar umbi dahlia

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisa usaha yang telah dilakukan pada usaha Sagun Bakar Allanta dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Usaha ini melakukan diversifikasi produk dengan memanfaatkan umbi dahlia sebagai bahan penolong produk yang bermanfaat bagi kesehatan, akan tetapi pendapatan penjualan yang diterima produk sagun bakar umbi dahlia lebih rendah dibandingkan produk sagun bakar *original*. Dilihat dari aspek operasional, usaha ini belum memiliki manajemen yang baik, hal ini dikarenakan usaha ini masih memiliki struktur organisasi yang masih sederhana, dimana pemilik usaha merangkap sebagai pemimpin usaha serta bagian keuangan dan pemasaran. Usaha Sagun Bakar Allanta ini memperoleh bahan baku tepung tapioka dan bahan penolong dari distributor tetap. Dilihat dari aspek pemasaran, usaha ini sudah melakukan pemasaran yang cukup baik, usaha menetapkan harga produk berdasarkan *cost plus pricing*, dan telah melakukan promosi usaha melalui periklanan, promosi penjualan, publisitas dan *personal selling*. Usaha ini memiliki saluran distribusi langsung dan tidak langsung. Pihak usaha telah mendistribusikan produk ke toko oleh-oleh di daerah Bukittinggi, Padang, Solok, Batusangkar, Payakumbuh, Pakanbaru dan Jakarta, akan tetapi pemasaran produk sagun bakar umbi dahlia belum tepat sasaran. Dilihat dari aspek keuangan, modal awal usaha berasal dari pihak usaha dan untuk pengembangan usaha pemilik melakukan pinjaman ke PT.Sucofindo. Secara keseluruhan kondisi usaha ini sudah baik dalam kegiatan usahanya, akan tetapi usaha ini belum melakukan pencatatan keuangan dengan baik.
2. Berdasarkan analisa keuntungan dan titik impas usaha, menunjukkan bahwa selama periode akuntansi Januari-Desember 2014 usaha memperoleh keuntungan sebesar Rp. 417.942.476,- dan telah berproduksi diatas titik impas usaha dimana impas kuantitas produk sagun bakar *original* sebesar 12.149 bungkus dan produk sagun bakar umbi dahlia 451 bungkus dengan

impas penjualan produk sagun bakar *original* sebesar Rp. 169.341.077,-, dan produk sagun bakar umbi dahlia Rp. 11.932.894,-.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan disarankan kepada pihak usaha sebagai berikut :

1. Usaha Sagun Bakar Allanta untuk mengoptimalkan pemasaran produk sagun bakar umbi dahlia, dimana produk sagun bakar umbi dahlia yang memiliki manfaat kesehatan seharusnya lebih mengarahkan pasar sasaran kepada konsumen yang peduli akan kesehatan, sehingga pihak usaha dapat melakukan promosi publisitas melalui penyebaran brosur produk ketempat kesehatan seperti puskesmas, dan tempat praktek dokter, hal ini bertujuan untuk meningkatkan permintaan produk sagun bakar umbi dahlia.
2. Dari aspek keuangan, usaha Sagun Bakar Allanta diharapkan mampu melakukan pencatatan laporan keuangan yang lebih detail sehingga akan terekam jelas apa saja biaya yang dikeluarkan, fluktuasi keuntungan dari pendapatan penjualan, dan bertahan diatas impas penjualan dan kuantitas yang telah didapatkan dari hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afanda, D. 2008. *Analisa Usaha dan Pemasaran pada Industri Kecil Pusako Minang di Kota Payakumbuh*. [Skripsi]. Fakultas Pertanian. Universitas Andalas.
- Anoraga, P. 2007. *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*. PT Rineka Cipta. Jakarta. 364 hal.
- Assauri, S. 2008. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta. 373 hal.
- Basrowi. 2011. *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. Ghalia Indonesia. Bogor. 166 hal.
- BPS (Badan Pusat Statistik). 2014. *Bukittinggi Dalam Angka*. Bukittinggi.
- Darsono, P. 2010. *Manajemen Keuangan*. Nusantara Consulting. Jakarta.
- David, F.R. 2006. *Manajemen Strategis Konsep Edisi 10*. Salemba Empat. Jakarta. 638 hal.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan. 2011. *Renstra Dinas Pertanian Tanaman Pangan Provinsi Sumatera Barat 2011-2015*. <http://sumbarprov.go.id/aplikasidata/files/Renstra%20Diperta.pdf>
- Firdaus, M. 2007. *Manajemen Agribisnis*. Bumi Aksara. Jakarta. 222 hal.
- Fuad, M, dkk. 2006. *Pengantar Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. 270 hal.
- Horngren, C.T, dkk. 2006. *Akutansi Biaya, Penekanan Manajerial*. Erlangga. Jakarta. 536 hal.
- Husnan, S dan Suwarsono. 1994. *Studi Kelayakan Proyek*. UPP AMP YKPN. Yogyakarta. 381 hal.
- Gitosudarmo, I. 1998. *Manajemen Pemasaran*. BPFE, Yogyakarta.
- Golrida, K. 2008. *Akutansi usaha Kecil untuk Berkembang*. PT. Raja Grafindo. Jakarta. 98 hal.
- Kadarsan, H.W. 1992. *Keuangan Pertanian dan Pembiayaan Perusahaan Agribisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. 268 hal.
- Kasminata, V. 2011. *Analisa Usaha dan Bauran Pemasaran pada Usaha Kecil American Bakery di Kota Padang*. [Skripsi].Fakultas Pertanian. Universitas Andalas
- Kasmir. 2008. *Analisis Laporan Keuangan*. Raja Grafindo Persada. Jakarta. 374 hal.

- Kasmir dan Jakfar. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis*. Kencana. Jakarta. 262 hal.
- Kementerian Pertanian. 2009. *Rancangan Rencana Strategis Kementerian Pertanian 2010-2014*. <http://litbang.kaltimprov.go.id/downlot.php?file=kementrian%20pertanian.pdf>
- Kompasiana. 2011. *Jatuh Bangun Ibu Ani: Pengusaha Kue Sagun Bakar*. <http://ekonomi.kompasiana.com/wirusaha/2011/06/04/jatuh-bangun-ibu-ani-pengusaha-kue-sagun-bakar-370235.html> [4 Juni 2011]
- Kotler, P dan Amstrong, G. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Prenhallindo. Jakarta. 385 hal.
- Maswir Chaniago. *Gusni Mawarita: Dahlia Diolah Jadi Kuliner Sehat*. Harian Singgalang. <http://hariansinggalang.co.id/gusni-mawarita-dahlia-diolah-jadi-kuliner-sehat/> [7 oktober 2014].
- Mulyadi. 1997. *Akutansi Manajemen, Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*. STIE YKPN. Yogyakarta. 536 hal.
- Mulyadi. 2001. *Akutansi Biaya*. Aditya Media. Yogyakarta. 562 hal.
- Mulyadi. 2005. *Akutansi Biaya Edisi*. Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN. Yogyakarta. 518 hal.
- Munawir. 2004. *Analisis Laporan Keuangan*. Liberty. Yogyakarta. 345 hal.
- Nazir, M. 2009. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Bogor. 544 hal.
- Prihatman, K. 2000. *Sumber Referensi, Peluang Usahadan Program Kemitraan Agrobisnis: Tentang Budidaya Pertanian*. Sistim Informasi Manajemen Pembangunan di Perdesaan, BAPPENAS. Jakarta. 10 hal.
- Prodjo, S.R dan Gitosudarmo, I. 1996. *Manajemen Produksi*. BPFE, Yogyakarta.
- Rachis, A.M. 2013. *Analisa Usaha dan Bauran Pemasaran*. [Skripsi]. Fakultas Pertanian, Universitas Andalas. Padang.
- Rahardjo, B. 2013. *Keuangan dan Akutansi Untuk Manajemen Non Keuangan*. Graha Ilmu. Yogyakarta. 414 hal.
- Rayburn. L.G.1999. *Akutansi Biaya ,dengan Menggunakan pendekatan Manajemen Biaya*. Erlangga. Jakarta.
- Siagian, P. Sondang. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Soekartawi. 2001. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta. 152 hal.
- Soekartawi. 2005. *Agroindustri dalam Perspektif Sosial Ekonomi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta. 140 hal.

- Subanar, H. 1994. *Manajemen Usaha Kecil*. BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta. 160 hal.
- Sudarsono, E. 2001. *Kamus Ekonomi Uang dan Bank*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung. 334 hal
- Sukirno, S. 2006. *Pengantar Bisnis*. Kencana. Jakarta. 441 hal.
- Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo. 2002. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta. Liberty. 375 hal.
- Tjiptono, F. 2002. *Manajemen Jasa*. Andi Offset. Yogyakarta. 374 hal.
- Widjaja, A.T. 1993. *Akuntansi Biaya, Ringkasan Teori, Soal dan Jawab*. PT. Rineka Cipta. Jakarta. 495 hal.
- Yacob, I. 1998. *Studi kelayakan Bisnis*. Rineka Cipta. Jakarta. 249 hal.
- Yenni, R.S. 2013. *Membangkitkan Potensi Tanaman Dahlia Sebagai Sumber Estetika, Perekonomian, dan Kesehatan Masyarakat*. Komunitas Pecinta Bukittinggi Berbunga. Bukittinggi. 10 hal.

Lampiran 1. Industri Kue Kering dengan P-IRT Dinas Kesehatan

No	NAMA PEMILIK	ALAMAT	No. Sertifikat PKP	No. SERTIFIKAT IRT	Jenis Produk
1	Ratna Yulis	Pasar Matur Belakang Puskesmas	014/13.07/03	206130701014	Kue Kering
2	Yeni Sm	Belakang Akper Perintis Jirek		206170701015	Kue Kering/Basah
3	Akrizal Maturino	Jl. DR. Moto No. 1 Matur	097/132.07/04	206130701069	Kue Kering
4	Maizi Warni	Cangkiang Batu Taba IV Angkat	029/13.07/05	205130701081	Kue Kering
	Nurbaiti	Cingkariang Batu Taba		206130701082	Kue Kering
5	Lidia Ariani	Cangkiang Batu Taba IV Angkat	001/13.07/05	206130701083	Kue Kering
6	Jusmi	Cangkiang Batu Taba IV Angkat	010/13.07/05	206130701084	kue Kering
7	Miswarti	Cangkiang Batu Taba IV Angkat	027/13.07/05	206130701085	Kue Kering
8	Rayu Purnawati	Cangkiang Batu Taba IV Angkat		205130702080	Kue Kering
9	Ernawilis	Simpang Batu Sangkar, Baso		206130702138	Kue Kering
10	Deswita	Cangkiang Batu Taba IV Angkek Biaro		206130701123	Kue kering
11	Gusrinawati	Cangkiang Batu Taba IV Angkek Biaro		206130701125	Kue kering
12	Afni	Cangkiang Batu Taba IV Angkek Biaro		206130701146	Kue kering
13	Daswir Agus	Padang Tarok		206130701154	Kue Kering
14	Gusnimawarita	Jl.Kemuning Pintu kabun		206130701160	Kue kering

Lampiran 1. Lanjutan

15	Sri Nila Hartati	Jirek Kab.Agam		20613070 1164	Kue Kering
16	Dra. Retria	Simpang balingka, IV. Koto		20613070 1175	Kue kering
17	Gustimiarni	Patangahan Pakan Kamis		20613070 1176	Kue Kering dan Basah
18	Cholisah	Sianok IV Koto		20613070 1188	Kue Kering
19	Irmawati	Kubang Putih		20613070 2193	Kue basah/keri ng
20	Erlina Muis	Simpang Sabai Padang Tarok		20613070 1198	Kue kering

Sumber : Dinas Kesehatan Kabupaten Agam, 2013

Lampiran 2. Jumlah Perusahaan Perdagangan di Kota Bukittinggi

Tahun	Industri Kecil		Industri Besar dan Sedang	
	Jumlah Usaha	Jumlah Tenaga Kerja	Jumlah Usaha	Jumlah Tenaga Kerja
2008	454	358	6	155
2009	454	357	7	173
2010	555	-	7	173
2011	500	387	2	47
2012	514	415	2	47

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bukittinggi, 2013

Lampiran 3. Skala Usaha Menurut Tenaga Kerja

Jenis Usaha	Jumlah Tenaga Kerja (Orang)
Usaha Mikro	1 – 4
Usaha Kecil	5 – 19
Usaha Menengah	20 – 99
Usaha Besar	Lebih dari 100

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2013

Lampiran 4. Mitra Usaha Sagun Bakar Allanta

No	Nama Usaha	Alamat
1	Sanjai Nita	Bukittinggi
2	Sanjai Sassuai 1	Agam
3	Sanjai Sassuai 2	Bukittinggi
4	Sanjai Sassuai 3	Agam
5	Sanjai Mintuo	Bukittinggi
6	Sanjai Minanti	Agam
7	Sanjai Ananda	Bukittinggi
8	Sanjai Nina	Bukittinggi
9	Sanjai Eti	Agam
10	Sanjai H. Nian	Agam
11	Sanjai Fitri	Agam
12	Sanjai Parmato	Agam
13	Sanjai Sindi	Agam
14	Sanjai Mama Dewi	Agam
15	Sanjai Langganan	Agam
16	Sanjai Oviga	Agam
17	Sanjai Yoga	Agam
18	Toko Singgalang	Bukittinggi
19	Toko Aslam 1	Bukittinggi
20	Toko Aslam 2	Bukittinggi
21	Toko Budiman 1	Bukittinggi
22	Toko Budiman 2	Bukittinggi
23	Sanjai Tanamo	Bukittinggi
24	Sanjai Niken	Bukittinggi
25	Toko Oleh-oleh Bundo Kandung	Matur
26	Sanjai Assadori	Agam
27	SPBU	Baso
28	Rendang Riri	Payakumbuh
29	Toko Oleh-oleh Erina 1	Payakumbuh
30	Toko Oleh-oleh Erina 2	Payakumbuh
31	Toko Oleh-oleh Erina 3	Payakumbuh
32	Kalamai Tek Tam	Payakumbuh
33	Rendang Erika 1	Payakumbuh
34	Rendang Erika 2	Payakumbuh
35	Rendang Yolanda	Payakumbuh
36	Rendang Nikmat	Payakumbuh
37	Rendang Makngah	Payakumbuh

38	Supermarket Niagara	Payakumbuh
39	Sanjai Mega Prima	Payakumbuh
40	Toko Oleh-oleh Salsabila	Payakumbuh
41	Sanjai Keluarga 1	Payakumbuh
42	Sanjai Keluarga 2	Payakumbuh
43	Sanjai Dunsana Kito	Payakumbuh
44	Sanjai Pergaulan	Payakumbuh
45	Sanjai Bundo Kandung	Payakumbuh
46	Toko Raca	Pekanbaru
47	Toko Hassim	Pekanbaru
48	Toko Silungkang	Pekanbaru
49	Toko Kue Mega	Padang Panjang
50	Toko Beras Kope	BIM Padang
51	Toko Suhaini	BIM Padang
52	Budi Mart	BIM Padang
53	Bunga	BIM Padang
54	Citra	BIM Padang
55	Mahkota	Duku
56	Lamun Ombak	Duku
57	Lamun Ombak	Padang
58	Toko Uwan	Padang
59	Sanjai Sutan Pangeran	Padang
60	Rendang Acc	Padang
61	Sanjai Rohana Kudus	Padang
62	Sanjai Silungkang 1	Padang
63	Sanjai Silungkang 2	Padang
64	Sanjai Cristine Hakim	Padang
65	Nella Cake	Padang
66	AA Catering	Padang
67	Pusat Oleh-Oleh Khas Minang	Padang
68	Hotel Mercuri	Padang
69	Sanjai Linda	Padang
70	Pusat Oleh-oleh Buk Khai	Padang
71	Kipang Kacang Fitra	Padang
72	Kipang Kacang Citra	Padang
73	Sanjai Sherley	Padang
74	Sanjai Parmato	Bukitting
75	Toko Kiniko	Batusangkar
76	Toko Tiara	Jakarta
77	Sanjai Sumando	Payakumbuh

78	Sanjai Ummi	Bukittinggi
79	Mahkota	Padang
80	Toko Zam-zam	Bukittinggi
81	Toko Nan Salero	Payakumbuh
82	Toko Ovizi	Payakumbuh
83	Sanjai Nina	Agam
84	Toko Maju	Padang Panjang
85	Toko Kakoci	Payakumbuh
86	Sanjai Erika	Payakumbuh
87	Toko Sumber Rasa	Bukittinggi
88	Minang Kuliner	Padang
89	Toko Ni Is	Bukittinggi
90	Sanjai Yogi	Bukittinggi
91	Sanjai Nian	Gadut, Agam
	Dll.	

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2015 (Data diolah)

Lampiran 5. Penerimaan Usaha Sagun Bakar Allanta Tahun 2010 – 2014

Tahun	2010		2011		2012		2013		2014	
Bulan	Pengeluaran (Rp)	Penerimaan (Rp)	Pengeluaran (Rp)	Penerimaan (Rp)	Pengeluaran (Rp)	Penerimaan (Rp)	Pengeluaran (Rp)	Penerimaan (Rp)	Pengeluaran (Rp)	Penerimaan (Rp)
Januari	10.443.000	17.390.000	17.515.000	27.030.000	25.092.000	33.285.000	39.644.000	47.917.000	54.027.000	58.318.000
Februari	4.879.000	7.330.000	14.797.000	20.010.000	29.868.000	39.980.000	28.156.000	40.243.000	59.704.000	81.948.000
Maret	10.363.000	14.970.000	11.952.000	26.170.000	35.905.000	43.581.000	42.453.000	43.346.000	38.418.000	49.599.000
April	8.209.000	15.510.000	21.828.000	31.396.000	19.427.000	27.942.000	35.796.000	41.857.000	43.248.000	52.262.000
Mei	10.512.000	17.950.000	20.162.000	36.190.000	47.326.000	58.060.000	23.355.000	42.447.000	64.572.000	84.992.000
Juni	15.433.000	24.830.000	17.245.000	48.950.000	33.734.000	44.228.000	37.408.000	41.670.000	59.183.000	84.142.000
Juli	13.485.000	25.000.000	20.232.000	52.940.000	27.126.000	34.159.000	35.332.000	42.088.000	50.810.000	59.008.000
Agustus	14.186.000	25.250.000	19.250.000	55.440.000	49.754.000	61.632.000	51.587.000	74.000.000	86.882.000	127.929.000
September	9.087.000	24.430.000	20.795.000	51.085.000	27.596.000	39.424.000	30.794.000	62.282.000	32.717.000	41.759.000
Oktober	8.994.000	16.780.000	20.795.000	47.485.000	30.643.000	36.087.000	32.360.000	47.142.000	44.907.000	78.191.000
November	9.512.000	17.430.000	15.630.000	45.470.000	37.359.000	42.539.000	53.014.000	75.640.000	39.699.000	47.033.000
Desember	14.077.000	21.530.000	12.740.000	40.170.000	32.053.000	49.175.000	54.027.000	72.887.000	49.323.000	77.235.000
Total	129.190.000	203.150.000	192.146.000	482.336.000	395.883.000	510.092.000	463.726.000	631.519.000	623.490.000	842.416.000
Laba Bersih (Rp)	73.960.000		290.190.000		114.209.000		167.793.000		218.926.000	

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2015 (Data diolah)

Lampiran 6. Volume Produksi dan Penjualan Sagun Bakar *Original* dan Sagun Bakar Umbi Dahlia Periode Januari-Desember 2014.

a. Produk Sagun Bakar *original*

No	Bulan	Produksi (bks)	Penjualan (bks)			Retur (bks)
			Lansung (pabrik)	Langsung (outlet)	Tidak lansung	
1	Januari	5.908	2.473	126	634	28
2	Februari	5.488	3.440	108	1.817	12
3	Maret	1.652	971	86	2.608	23
4	April	5.292	2.290	94	1.411	8
5	Mei	5.348	3.488	103	2.373	23
6	Juni	5.460	3.365	113	2.624	11
7	Juli	6.972	2.550	189	576	9
8	Agustus	5.488	5.462	121	3.328	17
9	September	4.144	1.328	105	1.648	31
10	Oktober	4.000	2.867	156	2.360	11
11	November	5.712	1.749	110	1.748	8
12	Desember	3.668	2.780	146	2.568	12
JUMLAH		59.132	32.763	1.457	23.695	193

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

Lampiran 6. Lanjutan

b. Produk Sagun Bakar Umbi dahlia

No	Bulan	Produksi (bks)	Penjualan (bks)	Retur (bks)
1	Januari	476	470	6
2	Februari	448	445	3
3	Maret	448	440	8
4	April	448	438	10
5	Mei	440	428	12
6	Juni	448	440	8
7	Juli	448	441	7
8	Agustus	448	446	2
9	September	448	445	3
10	Oktober	452	445	7
11	November	448	438	10
12	Desember	448	442	6
JUMLAH		5400	5318	82

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

Lampiran 7. Rincian Biaya Bahan Baku Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014

Bulan	Pembelian			Pemakaian			
	Jumlah Pembelian (Kg)	Harga (Rp/Kg)	Total Pembelian (Rp)	Jumlah Pemakaian (Kg)	Harga (Rp/Kg)	Total (Rp)	Total Pemakaian (Rp)
Januari	1.150	5.480	6.302.000	1.140	5.480	6.247.200	6.247.200
Februari	1.075	5.480	5.891.000	10	5.480	54.800	5.808.800
				1.050	5.480	5.754.000	
Maret	375	6.200	2.325.000	25	5.480	137.000	2.307.000
				350	6.200	2.170.000	
April	1.025	6.800	6.970.000	25	6.200	155.000	6.955.000
				1.000	6.800	6.800.000	
Mei	1.050	6.800	7.140.000	25	6.800	170.000	7.038.000
				1.010	6.800	6.868.000	
Juni	1.050	6.800	7.140.000	40	6.800	272.000	7.174.000
				1.015	6.800	6.902.000	
Juli	725	6.800	4.930.000	35	6.800	238.000	9.136.000
	500	7.000	3.500.000	725	6.800	4.930.000	
	100	7.200	720.000	500	7.000	3.500.000	
				65	7.200	468.000	
Agustus	1.075	7.200	7.740.000	35	7.200	252.000	7.632.000
				1.025	7.200	7.380.000	
September	575	7.000	5.875.000	50	7.200	360.000	5.828.000
	250	7.400		575	7.000	4.025.000	
				195	7.400	1.443.000	
Oktober	775	7.000	5.425.000	55	7.400	407.000	5.587.000
				740	7.000	5.180.000	
November	1.100	7.000	7.700.000	35	7.000	245.000	7.700.000
				1.065	7.000	7.455.000	
Desember	725	7.000	5.075.000	35	7.000	245.000	5.145.000
				700	7.000	4.900.000	
Total	11.550		76.733.000	11.525		76.558.000	76.558.000

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

Lampiran 8. Biaya Bahan Penolong Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014

Bulan	Gula					Mentega						
	Pembelian			Pemakaian		Pembelian			Pemakaian			
	Jumlah Pembelian (Kg)	Harga (Rp/Kg)	Jumlah (Rp)	Jumlah Pemakaian (Kg)	Harga (Rp/Kg)	Jumlah (Rp)	Jumlah Pembelian (Kg)	Harga (Rp/Kg)	Jumlah (Rp)	Jumlah Penggunaan (Kg)	Harga (Rp/Kg)	Jumlah (Rp)
Januari	300	9.800	2.940.000	280,75	9.800	2.751.350	225	5.800	1.305.000	3 225	5.800 5.800	1.322.400
Februari	300	9.800	2.940.000	19,25 241,75	9.800 9.800	2.557.800	225	5.800	1.305.000	212	5.800	1.229.600
Maret	100	9.800	980.000	58,25 31,50	9.800 9.800	879.550	75	5.800	435.000	13 62	5.800 5.800	435.000
April	250	9.300	2.325.000	68,50 183,75	9.800 9.300	2.380.175	200	6.080	1.216.000	13 192	5.800 6.080	1.242.760
Mei	250	9.300	2.325.000	66,25 188,50	9.300 9.300	2.369.175	225	6.080	1.368.000	8 199	6.080 6.080	1.258.560
Juni	300	9.300	2.790.000	61,50 198,25	9.300 9.300	2.415.675	200	6.080	1.216.000	26 185	6.080 6.080	1.282.880
Juli	150 150	9.100 9.500	1.365.000 1.425.000	101,75 150,00 75,50	9.300 9.100 9.500	3.028.525	250	6.080	1.520.000	15 250	6.080 6.080	1.611.200
Agustus	300	9.500	2.850.000	74,50 186,50	9.500 9.500	2.479.500	225	6.080	1.368.000	212	6.080	1.288.960
September	200	9.500	1.900.000	113,50 87,50	9.500 9.500	1.909.500	150	6.200	930.000	13 150	6.080 6.200	1.009.040
Oktober	200	9.500	1.900.000	112,50 82,25	9.500 9.500	1.850.125	175	6.200	1.085.000	159	6.200	985.800
November	300	9.500	2.850.000	117,75 153,25	9.500 9.500	2.574.500	225	6.200	1.395.000	16 204	6.200 6.200	1.364.000
Desember	200	11.200	2.240.000	146,75 33,00	9.500 11.200	1.763.725	150	6.200	930.000	21 126	6.200 6.200	911.400
Total	3.000		28.830.000	2.833,00		26.959.600	2.325		14.073.000	2.304		13.941.600

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

Lampiran 8. Lanjutan

Bulan	Telur					Kelapa			
	Pembelian			Pemakaian					
	Jumlah Pembelian (Butir)	Harga (Rp/Butir)	Jumlah (Rp)	Jumlah Pemakaian (Butir)	Harga (Rp/Butir)	Jumlah Pemakaian (Rp)	Jumlah (Kg)	Harga (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian (Rp)
Januari	450	1.033	465.000	6 450	1.033 1.033	471.048	228	12.000	2.736.000
Februari	450	1.033	465.000	424	1.033	437.992	212	12.000	2.544.000
Maret	150	1.000	150.000	26 124	1.033 1.000	150.858	75	12.000	900.000
April	420	1.000	420.000	26 384	1.000 1.000	410.000	205	14.000	2.870.000
Mei	420	900	378.000	36 378	1.000 900	376.200	207	14.000	2.898.000
Juni	420	1.100	462.000	42 380	900 1.100	455.800	211	15.000	3.165.000
Juli	540	966	522.000	40 490	1.100 966	517.340	265	15.000	3.975.000
Agustus	450	1.000	450.000	50 374	966 1.000	422.300	212	16.000	3.392.000
September	330	1.033	341.000	76 252	1.000 1.033	336.316	164	16.000	2.624.000
Oktober	330	1.033	341.000	78 240	1.033 1.033	328.494	159	16.000	2.544.000
November	420	1.000	420.000	90 350	1.033 1.000	442.970	220	16.000	3.520.000
Desember	300	1.000	300.000	70 224	1.000 1.000	294.000	147	16.000	2.352.000
Total	4.680		4.714.000	4.610		4.643.318	2.305		33.520.000

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

Lampiran 8. Lanjutan

Bulan	Vanili			Garam			Bubuk Umbi dahlia		
	Jumlah (Botol)	Harga (Rp/Botol)	Total Pembelian (Rp)	Jumlah (Bungkus)	Harga (Rp/Bungkus)	Total Pembelian (Rp)	Jumlah (Kg)	Harga (Rp/Kg)	Total Pembelian (Rp)
Januari	10	3.000	30.000	10	1.500	15.000	4,25	125.000	531.250
Februari	10	3.000	30.000	10	1.500	15.000	4	125.000	500.000
Maret	10	3.000	30.000	10	1.500	15.000	4	125.000	500.000
April	10	3.000	30.000	10	1.500	15.000	4	125.000	500.000
Mei	10	3.000	30.000	10	1.500	15.000	4	125.000	500.000
Juni	10	3.000	30.000	10	1.500	15.000	4	125.000	500.000
Juli	10	3.000	30.000	10	1.500	15.000	4	125.000	500.000
Agustus	10	3.000	30.000	10	1.500	15.000	4	125.000	500.000
September	10	3.000	30.000	10	1.500	15.000	4	125.000	500.000
Oktober	10	3.000	30.000	10	1.500	15.000	4	125.000	500.000
November	10	3.000	30.000	10	1.500	15.000	4	125.000	500.000
Desember	10	3.000	30.000	10	1.500	15.000	4	125.000	500.000
Total	120		360.000	120		180.000	48,25		6.031.250

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

Lampiran 9. Identitas Tenaga Kerja Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014

No	Nama	Pekerjaan	Umur (th)
1	Gusni Mawarita	Pimpinan	57
2	Nova	Bendahara	30
3	Puwanti	Ketua bagian produksi	34
4	Aisyah	Wakil ketua bagian produksi	25
5	Raishah	Tenaga kerja produksi	40
6	Santi	Tenaga kerja produksi	23
7	As	Tenaga kerja produksi	31
8	Sunnah	Tenaga kerja produksi	27
9	Devi	Tenaga kerja produksi	29
10	Reni	Tenaga kerja produksi	27
11	Eli	Tenaga kerja produksi	29
12	Boy	Tenaga kerja pemasaran	46
13	Tarmizi	Tenaga kerja pemasaran	51
14	Asni	Tenaga kerja pemasaran	24

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

Lampiran 10. Biaya Pemakaian Bahan Bakar Gas, dan Komunikasi Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari – Desember 2014

a. Biaya Pemakaian Bahan Bakar Gas

Bulan	Jumlah (Tabung)	Harga (Rp/Tabung)	Total
Januari	16	115.000	1.840.000
Februari	12	110.000	1.320.000
Maret	7	105.000	735.000
April	20	105.000	2.100.000
Mei	13	105.000	1.365.000
Juni	15	105.000	1.575.000
Juli	17	105.000	1.785.000
Agustus	11	105.000	1.155.000
September	4	105.000	420.000
	3	125.000	375.000
Oktober	7	125.000	875.000
November	7	125.000	875.000
Desember	13	125.000	1.755.000
Total	145		16.175.000

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

Lampiran 10. Lanjutan

b. Biaya Pemakaian Pulsa (komunikasi)

Bulan	Biaya Komunikasi (Rp)
Januari	20.000
Februari	30.000
Maret	15.000
April	15.000
Mei	30.000
Juni	30.000
Juli	15.000
Agustus	50.000
September	30.000
Oktober	10.000
November	15.000
Desember	25.000
Total	285.000

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

Lampiran 11. Biaya Pengemasan Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014

Bulan	Plastik Kemasan Ukuran 21 x 14 cm			Label Kemasan Ukuran 11 x 8 cm			Box SMS		
	Jumlah (lbr)	Harga (Rp/lbr)	Biaya (Rp)	Jumlah (lbr)	Harga (Rp/lbr)	Biaya (Rp)	Jumlah (Box)	Harga (Rp/Box)	Biaya (Rp)
Januari	6.384	200	1.276.800	6.384	170	1.085.280	128	500	64.000
Februari	5.936	200	1.187.200	5.936	170	1.009.120	119	500	59.500
Maret	2.100	200	420.000	2.100	170	357.000	42	500	21.000
April	5.740	200	1.148.000	5.740	170	975.800	115	500	57.500
Mei	5.796	200	1.159.200	5.796	170	985.320	116	500	58.000
Juni	5.908	200	1.181.600	5.908	170	1.004.360	119	500	59.500
Juli	7.420	200	1.484.000	7.420	170	1.261.400	149	500	74.500
Agustus	5.936	200	1.187.200	5.936	170	1.009.120	119	500	59.500
September	4.592	200	918.400	4.592	170	780.640	92	500	46.000
Oktober	4.452	200	890.400	4.452	170	756.840	90	500	45.000
November	6.160	200	1.232.000	6.160	170	1.047.200	124	500	62.000
Desember	4.116	200	823.200	4.116	170	699.720	83	500	41.500
Total	64.540		12.908.000	64.540		10.971.800	1.296		648.000

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

Lampiran 11. Lanjutan

Bulan	Lakban			Solatip			Tali Rafia		
	Jumlah (pcs)	Harga (Rp/pcs)	Biaya (Rp)	Jumlah (pcs)	Harga (Rp/pcs)	Biaya (Rp)	Jumlah (gulung)	Harga (Rp/gulung)	Biaya (Rp)
Januari	6	5.000	30.000	8	4.000	32.000	2	5.000	10.000
Februari	6	5.000	30.000	7	4.000	28.000	2	5.000	10.000
Maret	2	5.000	10.000	3	4.000	12.000	1	5.000	5.000
April	6	5.000	30.000	7	4.000	28.000	2	5.000	10.000
Mei	6	5.000	30.000	7	4.000	28.000	2	5.000	10.000
Juni	6	5.000	30.000	7	4.000	28.000	2	5.000	10.000
Juli	7	5.000	35.000	9	4.000	36.000	2	5.000	10.000
Agustus	6	5.000	30.000	7	4.000	28.000	2	5.000	10.000
September	5	5.000	25.000	6	4.000	24.000	2	5.000	10.000
Oktober	5	5.000	25.000	5	4.000	20.000	2	5.000	10.000
November	6	5.000	30.000	8	4.000	32.000	2	5.000	10.000
Desember	4	5.000	20.000	5	4.000	20.000	2	5.000	10.000
Total	65		325.000	79		316.000	23		115.000

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

Lampiran 12. Biaya Pemasaran Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari
– Desember 2014

Bulan	Tenaga Kerja Pemasaran** (Rp)	Biaya Pengiriman Produk (Rp)
Januari	700.000	360.000
Februari	700.000	180.000
Maret	700.000	120.000
April	700.000	220.000
Mei	700.000	335.000
Juni	700.000	140.000
Juli	700.000	40.000
Agustus	700.000	135.000
September	700.000	80.000
Oktober	700.000	235.000
November	700.000	150.000
Desember	700.000	-
Total	8.400.000	1.995.000

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

Lampiran 13. Biaya Pemakaian Listrik, dan Air Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari – Desember 2014

Bulan	Biaya Pemakaian Listrik dan Air (Rp)		Biaya Pemakaian Listrik (Rp)	Jumlah Pemakaian Listrik(Rp)	Biaya Pemakaian Air (Rp)
	Rumah (Bangunan I)	Outlet (Bangunan II)	Pabrik (Bangunan III)		Pabrik (Bangunan III)
Januari	4822,10	100.000	381.030	485.852	114.700
Februari	4822,10	100.000	376.400	481.222	111.000
Maret	4822,10	100.000	236.006	340.828	75.000
April	4822,10	100.000	343.651	448.473	103.600
Mei	4822,10	100.000	350.240	455.062	111.000
Juni	4822,10	100.000	361.330	466.152	118.400
Juli	4822,10	100.000	393.652	498.474	136.500
Agustus	4822,10	100.000	371.742	476.564	113.100
September	4822,10	100.000	315.900	420.722	97.500
Oktober	4822,10	100.000	301.500	406.322	93.600
November	4822,10	100.000	380.143	484.965	105.300
Desember	4822,10	100.000	289.114	393.936	97.500
Total	57.865,20	1.200.000	4.100.708	5.358.573	1.277.200

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

Lampiran 14. Rincian Biaya Pemakaian Listrik Usaha Sagun Bakar Allanta yang Berproduksi di Rumah Periode Januari – Desember 2014.

Bulan	Pemakaian Mixer			Pemakaian Pompa Air			Pemakaian Lampu		
	Lama Pemakaian (Jam)	Perhitungan	Jumlah (Rp)	Lama Pemakaian (Jam)	Perhitungan	Jumlah (Rp)	Lama Pemakaian (Jam)	Perhitungan	Jumlah (Rp)
Januari	6	6x 0,30x 1.353	2435,40	6	6x 0,15x 1.353	1.217,70	48	48x 0,018x 1.353	1.169
Februari	6	6x 0,30x 1.353	2435,40	6	6x 0,15x 1.353	1.217,70	48	48x 0,018x 1.353	1.169
Maret	6	6x 0,30x 1.353	2435,40	6	6x 0,15x 1.353	1.217,70	48	48x 0,018x 1.353	1.169
April	6	6x 0,30x 1.353	2435,40	6	6x 0,15x 1.353	1.217,70	48	48x 0,018x 1.353	1.169
Mei	6	6x 0,30x 1.353	2435,40	6	6x 0,15x 1.353	1.217,70	48	48x 0,018x 1.353	1.169
Juni	6	6x 0,30x 1.353	2435,40	6	6x 0,15x 1.353	1.217,70	48	48x 0,018x 1.353	1.169
Juli	6	6x 0,30x 1.353	2435,40	6	6x 0,15x 1.353	1.217,70	48	48x 0,018x 1.353	1.169
Agustus	6	6x 0,30x 1.353	2435,40	6	6x 0,15x 1.353	1.217,70	48	48x 0,018x 1.353	1.169
September	6	6x 0,30x 1.353	2435,40	6	6x 0,15x 1.353	1.217,70	48	48x 0,018x 1.353	1.169
Oktober	6	6x 0,30x 1.353	2435,40	6	6x 0,15x 1.353	1.217,70	48	48x 0,018x 1.353	1.169
November	6	6x 0,30x 1.353	2435,40	6	6x 0,15x 1.353	1.217,70	48	48x 0,018x 1.353	1.169
Desember	6	6x 0,30x 1.353	2435,40	6	6x 0,15x 1.353	1.217,70	48	48x 0,018x 1.353	1.169
Total	72		29.224,80	72		14.612,40	576		14.028

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

Lampiran 14. Lanjutan

Persentase pemakaian usaha pada bangunan pribadi (bangunan I) adalah

$$= \frac{\text{Pemakaian usaha}}{\text{Tagihan listrik variabel}} \times 100 \%$$

$$= \frac{\text{Pemakaian mixer} + \text{pemakaian pompa air} + \text{pemakaian lampu}}{\text{Tagihan listrik variabel}} \times 100 \%$$

$$= \frac{\text{Rp } 29.224,80 + \text{Rp } 14.612,40 + \text{Rp } 14.028}{\text{Rp } 439.669,-} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp } 57.865,20}{\text{Rp } 474.925,-} \times 100\%$$

$$= 12,18 \%$$

Alat yang menggunakan listrik pada usaha Sagun Bakar Allanta ini untuk (bangunan I) yaitu mixer, pompa air dan lampu yang masing-masing memiliki daya 300 watt, 150 watt, dan 18 watt, dengan tarif listrik per kWh sebesar Rp 1.353,-. Jadi pemakaian listrik usaha untuk bangunan pribadi (bangunan I) sebesar Rp 57.865,20 dan (bangunan II) sebesar Rp 1.200.000, dan (bangunan III) sebesar Rp 4.100.708. ,ditambah pemakaian air pada (bangunan III) sebesar Rp 1.277.200,- sehingga total keseluruhan pemakaian listrik Usaha Sagun Bakar Allanta pada periode Akutansi Januari – Desember 2014 adalah Rp 5.358.573,-.

Lampiran 15. Jenis Investasi, Peralatan dan Penyusutan pada Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari – Desember 2014

No	Jenis Peralatan dan Investasi	Jumlah (Unit)	Tahun Beli	Harga Pembelian (Rp)	Total Pembelian (Rp)	UE (Thn)	Nilai Sisa	Penyusutan (Rp/th)	Penyusutan (Rp/bln)
1	Cilemek	30	2014	10.000	300.000	1	0	300.000	25.000
2	Plastik Giling	85	2014	15.000	1.275.000	1	0	1275.000	106.250
3	Pisau Cater	30	2014	10.000	300.000	1	0	300.000	25.000
4	Sapu	4	2014	15.000	60.000	1	0	60.000	5.000
5	Loyang Aluminium	200	2006	25.000	5.000.000	10	0	500.000	41.667
6	Loyang Aluminum	20	2014	40.000	800.000	10	0	80.000	6.667
7	Pipa Paralon	10	2013	25.000	250.000	2	0	125.000	10.417
8	Penggaris	4	2006	12.000	48.000	10	0	4.800	400
9	Baskom	6	2010	25.000	150.000	5	0	30.000	2.500
10	Ember	3	2010	15.000	45.000	5	0	9.000	750
11	Timbangan 1 kg	1	2014	35.000	135.000	10	0	13.500	1.125
12	Timbangan 20 kg	1	2006	115.000	115.000	10	0	11.500	958
13	Spatula	4	2014	7.000	28.000	1	0	28.000	2.333
14	Tabung Gas	10	2006	400.000	4.000.000	25	200.000	152.000	12.667
15	Etalase Besar	1	2013	2.000.000	2.000.000	10	0	200.000	16.667
16	Rak Besar	5	2013	3.000.000	15.000.000	15	0	1000.000	83.333

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

Lampiran 15. (lanjutan)

17	Rak Kecil	3	2013	1.500.000	4.500.000	15	0	300.000	25.000
18	Meja Kasir	1	2013	500.000	500.000	10	0	50.000	4.167
19	Meja	4	2006	200.000	800.000	10	0	80.000	6.666
20	Penjepit Kue	10	2006	5.000	50.000	5	0	10.000	833
21	Kursi	20	2010	25.000	500.000	5	0	100.000	8.333
22	Sendok Pengaduk	4	2013	15.000	60.000	2	0	30.000	2.500
23	Kompor Gas	1	2014	350.000	350.000	10	35.000	31.500	2.625
24	Mixer Kecil	2	2014	410.000	820.000	2	82.000	369.000	30.750
25	Karton Box	500	2010	7.500	3.750.000	5	0	750.000	62.500
26	Bangunan 1 (Rumah)	1	1995	76.000.000	76.000.000	30	7.600.000	2.280.000	190.000
27	Bangunan 2 (Outlet)	1	2013	150.000.000	150.000.000	30	15.000.000	4.500.000	375.000
28	Bangunan 3 (Pabrik)	1	2004	100.000.000	100.000.000	30	10.000.000	3.000.000	250.000
Total Penyusutan Alat								15.589.300	1.299.108
29	Mixer Besar	1	2006	2.500.000	2.500.000	10	250.000	104.858	8.738
30	Oven Besar	3	2006	4.000.000	12.000.000	15	1.200.000	587.604	48.967
31	Oven Sedang	5	2010	3.000.000	15.000.000	15	1.500.000	1.301.926	108.493
32	Oven Kecil	2	2013	2.500.000	5.000.000	10	500.000	1.000.000	83.333
33	Mesin Penggiling	1	2013	1.800.000	1.800.000	10	180.000	360.000	30.000
34	Mobil	1	2011	230.000.000	230.000.000	10	23.000.000	29.440.000	2.453.333
Total Penyusutan Mesin dan Kendaraan								32.794.388	2.732.864
Total Penyusutan								48.383.688	4.031.972

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

Lampiran 16. Biaya Penyusutan dengan Saldo Menurun Berganda.

Perhitungan penyusutan dengan metode saldo menurun berganda

Peralatan	Tahun	Nilai Buku th (x-1)	Tarif S.M.B	Penyusutan th (x)	Nilai Buku th (x)
Mixer Besar	2006	2.500.000			2.500.000
	2007	2.500.000	0,2	500.000	2.000.000
	2008	2.000.000	0,2	400.000	1.600.000
	2009	1.600.000	0,2	320.000	1.280.000
	2010	1.280.000	0,2	256.000	1.024.000
	2011	1.024.000	0,2	204.800	819.200
	2012	819.200	0,2	163.840	655.360
	2013	655.360	0,2	131.072	524.288
	2014	524.288	0,2	104.858	419.430
	2015	419.430	0,2	83.886	335.544
	2016	335.544		85.544	250.000

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

Tarif saldo menurun berganda peralatan Mixer Besar adalah

$$= (1/\text{umur kegunaan}) \times 2$$

$$= (1/10 \text{ th}) \times 2$$

$$= 0,2$$

Tingkat Penyusutan/bulan pada tahun 2014 adalah

$$= \text{Rp } 104.858/12 \text{ th}$$

$$= \text{Rp } 8.738$$

Lampiran 16. Lanjutan

Peralatan	Tahun	Nilai Buku th (x-1)	Tarif S.M.B	Penyusutan th (x)	Nilai Buku th (x)
Oven Besar	2006	12.000.000			12.000.000
	2007	12.000.000	0,13	1.600.000	10.400.000
	2008	10.400.000	0,13	1.386.667	9.013.333
	2009	9.013.333	0,13	1.201.778	7.811.555
	2010	7.811.555	0,13	1.041.541	6.770.014
	2011	6.770.014	0,13	902.669	5.867.345
	2012	5.867.345	0,13	782.313	5.085.032
	2013	5.085.032	0,13	678.004	4.407.028
	2014	4.407.028	0,13	587.604	3.819.424
	2015	3.819.424	0,13	509.257	3.310.167
	2016	3.310.167	0,13	441.356	2.868.811
	2017	2.868.811	0,13	382.508	2.486.303
	2018	2.486.303	0,13	331.507	2.154.796
	2019	2.154.796	0,13	287.306	1.867.490
	2020	1.867.490	0,13	248.999	1.618.491
	2021	1.618.419		418.491	1.200.000

Tingkat Penyusutan/bulan pada tahun 2014 adalah

$$= \text{Rp } 587.604/12 \text{ th}$$

$$= \text{Rp } 48.967$$

Lampiran 16. Lanjutan

Peralatan	Tahun	Nilai Buku th (x-1)	Tarif S.M.B	Penyusutan th (x)	Nilai Buku th (x)
Oven Sedang	2010	15.000.000			15.000.000
	2011	15.000.000	0,13	2.000.000	13.000.000
	2012	13.000.000	0,13	1.733.333	11.266.667
	2013	11.266.667	0,13	1.502.222	9.764.445
	2014	9.764.445	0,13	1.301.926	8.462.519
	2015	8.462.519	0,13	1.128.336	7.334.183
	2016	7.334.183	0,13	977.891	6.356.292
	2017	6.356.292	0,13	847.506	5.508.786
	2018	5.508.786	0,13	734.505	4.774.281
	2019	4.774.281	0,13	636.571	4.137.710
	2020	4.137.710	0,13	551.695	3.586.015
	2021	3.586.015	0,13	478.135	3.107.880
	2022	3.107.880	0,13	414.384	2.693.496
	2023	2.693.496	0,13	359.133	2.334.363
	2024	2.334.363	0,13	311.248	2.023.115
	2025	2.023.115		523.115	1.500.000

Tingkat Penyusutan/bulan pada tahun 2014 adalah

$$= \text{Rp } 1.301.926/12 \text{ th}$$

$$= \text{Rp } 108.493$$

Lampiran 16. Lanjutan

Peralatan	Tahun	Nilai Buku th (x-1)	Tarif S.M.B	Penyusutan th (x)	Nilai Buku th (x)
Oven Kecil	2013	5.000.000			5.000.000
	2014	5.000.000	0,2	1.000.000	4.000.000
	2015	4.000.000	0,2	800.000	3.200.000
	2016	3.200.000	0,2	640.000	2.560.000
	2017	2.560.000	0,2	512.000	2.048.000
	2018	2.048.000	0,2	409.600	1.638.400
	2019	1.638.400	0,2	327.680	1.310.720
	2020	1.310.720	0,2	262.144	1.048.576
	2021	1.048.576	0,2	209.715	838.861
	2022	838.861	0,2	167.772	671.089
	2023	671.089		171.089	500.000

Tingkat Penyusutan/bulan pada tahun 2014 adalah

$$= \text{Rp } 1.000.000/12 \text{ th}$$

$$= \text{Rp } 83.333$$

Lampiran 16. Lanjutan

Peralatan	Tahun	Nilai Buku th (x-1)	Tarif S.M.B	Penyusutan th (x)	Nilai Buku th (x)
Mesin Penggiling	2013	1.800.000			1.800.000
	2014	1.800.000	0,2	360.000	1.440.000
	2015	1.440.000	0,2	288.000	1.152.000
	2016	1.152.000	0,2	230.400	921.600
	2017	921.600	0,2	184.320	737.280
	2018	737.280	0,2	147.456	589.824
	2019	589.824	0,2	117.965	471.859
	2020	471.859	0,2	94.372	377.487
	2021	377.487	0,2	75.497	301.990
	2022	301.990	0,2	60.398	241.592
	2023	241.592		61.592	180.000

Tingkat Penyusutan/bulan pada tahun 2014 adalah

$$= \text{Rp } 360.000/12 \text{ th}$$

$$= \text{Rp } 30.000$$

Lampiran 16. Lanjutan

Peralatan	Tahun	Nilai Buku th (x-1)	Tarif S.M.B	Penyusutan th (x)	Nilai Buku th (x)
Mobil	2011	230.000.000			230.000.000
	2012	230.000.000	0,2	46.000.000	184.000.000
	2013	184.000.000	0,2	36.800.000	147.200.000
	2014	147.200.000	0,2	29.440.000	117.760.000
	2015	117.760.000	0,2	23.552.000	94.208.000
	2016	94.208.000	0,2	18.841.600	75.366.400
	2017	75.366.400	0,2	15.073.280	60.293.120
	2018	60.293.120	0,2	12.058.624	48.234.496
	2019	48.234.496	0,2	9.646.899	38.587.597
	2020	38.587.597	0,2	7.717.519	30.870.078
	2021	30.870.078		7.870.078	23.000.000

Tingkat Penyusutan/bulan pada tahun 2014 adalah

$$= \text{Rp } 29.440.000/12 \text{ th}$$

$$= \text{Rp } 2.453.333$$

Lampiran 17. Biaya Pemeliharaan Alat dan Kendaraan Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari – Desember 2014

Bulan	Pemeliharaan Kendaraan		Pemeliharaan Alat (Rp)		Jumlah (Rp)
	Service / Oli Mobil (Rp)	Aki Mobil (Rp)	Service Oven (Rp)	Pembersih / Sabun Cuci Peralatan (Rp)	
Januari				30.000	30.000
Februari		650.000			650.000
Maret					
April			130.000		130.000
Mei				45.000	45.000
Juni					
Juli	2.700.000			30.000	2.730.000
Agustus	200.000			40.000	240.000
September	450.000				450.000
Oktober	1.800.000			40.000	1.840.000
November				35.000	35.000
Desember				10.000	10.000
Total	5.150.000	650.000	130.000	230.000	6.160.000

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

Lampiran 18. Biaya Tenaga Kerja Pengolahan Usaha Sagun Bakar Allanta
Periode Januari – Desember 2014

a. Biaya Tenaga Kerja Pengolahan Tahun 2014

Bagian	Jumlah (orang)	Upah / Paduan	Produksi (paduan)	Total Upah
Pencampuran	4	13.000	2.305	29.965.000
Pengolahan – pengemasan	10	60.000	2.305	138.300.000
Total				168.265.000

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

b. Rincian Biaya Tenaga Kerja Pengolahan Tahun 2014

Bulan	Jumlah Produksi (Paduan)	Upah/ Paduan (Tenaga Kerja Pengolahan- Pengemasan)	Upah/ Paduan (Tenaga Kerja Pencampuran)	Total
Januari	228	13.680.000	2.964.000	16.644.000
Februari	212	12.720.000	2.756.000	15.476.000
Maret	75	4.500.000	975.000	5.475.000
April	205	12.300.000	2.665.000	14.965.000
Mei	207	12.420.000	2.691.000	15.111.000
Juni	211	12.660.000	2.743.000	15.403.000
Juli	265	15.900.000	3.445.000	19.345.000
Agustus	212	12.720.000	2.756.000	15.476.000
September	164	9.840.000	2.132.000	11.972.000
Oktober	159	9.540.000	2.067.000	11.607.000
November	220	13.200.000	2.860.000	16.060.000
Desember	147	8.820.000	1.911.000	10.731.000
Total	2.305	138.300.000	29.965.000	168.265.000

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

Lampiran 19. Biaya Diperhitungkan Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari – Desember 2014

Bulan	Gaji Pemilik Usaha (Rp)	Gaji Bendahara (Rp)	Biaya Tenaga kerja Pemasaran* dan Transportasi (Rp)	THR dan Bonus
Januari	3.000.000	1.206.000	1.500.000	
Februari	3.000.000	1.381.000	1.500.000	
Maret	3.000.000	639.000	1.500.000	
April	3.000.000	1.615.000	1.500.000	
Mei	3.000.000	257.000	3.000.000	
Juni	3.000.000	1.210.000	2.000.000	
Juli	3.000.000	1.516.000	2.000.000	2.000.000
Agustus	3.000.000	308.000	3.000.000	420.000
September	3.000.000	733.000	2.000.000	
Oktober	3.000.000	678.000	2.000.000	
November	3.000.000	1.675.000	2.000.000	
Desember	3.000.000	409.000	2.500.000	
Total	36.000.000	11.627.000	24.500.000	2.420.000

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

Lampiran 20. Rincian Biaya Variabel dan Tetap Produk Sagun Bakar Allanta
Periode Januari – Desember 2014

Biaya Variabel		Biaya Tetap	
Jenis Biaya	Jumlah (Rp)	Jenis Biaya	Jumlah (Rp)
Biaya Bahan Baku		BOP Tetap	
Tepung Tapioka	76.558.000		
BOP Variabel		B. Penyusutan Peralatan	15.589.300
Biaya Bahan Penolong		B .Penyu. Mesin & Kendaraan	32.794.388
1. Gula	26.959.600	Pajak Kendaraan	2.300.000
2. Mentega	13.941.600	Bunga Pinjaman	2.100.000
3. Telur	4.643.318	THR dan Bonus	2.420.000
4. Kelapa	33.520.000	Pajak Bumi Bangunan	116.520
5. Vanili	360.000	Biaya Pemasaran Tetap	
6. Garam	180.000	Biaya T.K Pemasaran**	8.400.000
7. Bubuk Umbi Dahlia	6.031.250	Biaya Adm dan Umum	
Biaya Bahan Bakar (Gas)	16.175.000	Gaji Pimpinan	36.000.000
Biaya Komunikasi	285.000	Biaya ATK	77.000
Biaya Listrik Usaha	5.358.573		
Biaya Pemakaian Air Usaha	1.277.200		
Biaya Pemeliharaan Alat	360.000		
Plastik Kemasan	12.908.000		
Label Kemasan	10.971.800		
Box Kemasan	648.000		
Lakban	325.000		
Solatip	316.000		
Tali Rafia	115.000		
Biaya Pemasaran Variabel			
Biaya Pemeliharaan Kendaraan	5.800.000		
Biaya Pengiriman Produk	1.995.000		
Biaya T.K Pemasaran*	24.500.000		
Biaya Tenaga Kerja Variabel			
Biaya T.K Pencampuran	29.965.000		
Biaya T.K Pengolahan-Pengemasan	138.300.000		
Gaji Bendahara	11.627.000		
Total	423.120.341		99.797.208

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

Lampiran 21. Perhitungan Alokasi Biaya Bersama Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014.

$$\% \text{ Alokasi Biaya Bersama} = \frac{\text{Total Produksi Produk A}}{\text{Total Produksi Produk (A+B)}} \times 100 \%$$

$$\begin{aligned} \% \text{ Alokasi Biaya Bersama Sagun Bakar } \textit{original} &= \frac{59.132}{59.132 + 5400} \times 100 \% \\ &= \frac{59.132}{64.532} \times 100 \% \\ &= 91,63\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \% \text{ Alokasi Biaya Bersama Sagun Bakar umbi dahlia} &= \frac{5.400}{59.132 + 5400} \times 100 \% \\ &= \frac{5.400}{64.532} \times 100 \% \\ &= 8,37\% \end{aligned}$$

Lampiran 22. Rincian Biaya Bersama Variabel dan Tetap Produk Sagun Bakar Allanta Periode Januari – Desember 2014

Tabel 1. Produk Sagun Bakar *original*

Biaya Bersama Variabel				Biaya Bersama Tetap			
Jenis Biaya	Jumlah (Rp)	%	Jumlah (Rp)	Jenis Biaya	Jumlah (Rp)	%	Jumlah (Rp)
Biaya Bahan Baku				BOP Tetap			
Tepung Tapioka	76.558.000	91,63	70.150.095				
BOP Variabel				B. Penyusutan Peralatan	15.589.300	91,63	14.284.476
Biaya Bahan Penolong				B .Penyu. Mesin & Kendaraan	32.794.388	91,63	30.049.498
1. Gula	26.959.600	93,18	25.120.955	Pajak Kendaraan	2.300.000	91,63	2.107.490
2. Mentega	13.941.600	91,63	12.774.688	Bunga Pinjaman	2.100.000	91,63	1.924.230
3. Telur	4.643.318	91,63	4.254.672	THR dan Bonus	2.420.000	91,63	2.217.446
4. Kelapa	33.520.000	91,63	30.714.376	Pajak Bumi Bangunan	116.520	91,63	106.767
5. Vanili	360.000	91,63	329.868	Biaya Pemasaran Tetap			
6. Garam	180.000	91,63	164.934	Biaya T.K Pemasaran**	8.400.000	91,63	7.696.920
7. Bubuk Umbi Dahlia	6.031.250	0	0	Biaya Adm dan Umum			
Biaya Bahan Bakar (Gas)	16.175.000	91,63	14.821.153	Gaji Pimpinan	36.000.000	91,63	32.986.800
Biaya Komunikasi	285.000	91,63	261.146	Biaya ATK	77.000	91,63	70.555
Biaya Listrik Usaha	5.358.573	91,63	4.910.060				
Biaya Pemakaian Air Usaha	1.277.200	91,63	1.170.298				
Biaya Pemeliharaan Alat	360.000	91,63	329.868				
Plastik Kemasan	12.908.000	91,63	11.827.600				
Label Kemasan	10.971.800	91,63	10.053.460				
Box Kemasan	648.000	91,63	593.762				
Lakban	325.000	91,63	297.798	Total	99.797.208		91.444.182

Lampiran 22. Lanjutan

Solatip	316.000	91,63	289.551				
Tali Rafia	115.000	91,63	105.375				
Biaya Pemasaran Variabel							
Biaya Pemeliharaan Kendaraan	5.800.000	91,63	5.314.540				
Biaya Pengiriman Produk	1.995.000	100,00	1.995.000				
Biaya T.K Pemasaran*	24.500.000	91,63	22.449.350				
Biaya Tenaga Kerja Variabel							
Biaya T.K Pencampuran	29.965.000	91,63	27.456.930				
Biaya T.K Pengolahan-Pengemasan	138.300.000	91,63	126.724.290				
Gaji Bendahara	11.627.000	91,63	10.653.820				
Total	423.120.341		382.763.589				

Lampiran 22. Lanjutan

Tabel 2. Produk Sagun Bakar Umbi dahlia

Biaya Bersama Variabel				Biaya Bersama Tetap			
Jenis Biaya	Jumlah (Rp)	%	Jumlah (Rp)	Jenis Biaya	Jumlah (Rp)	%	Jumlah (Rp)
Biaya Bahan Baku				BOP Tetap			
Tepung Tapioka	76.588.000	8,37	6.407.905				
BOP Variabel				B. Penyusutan Peralatan	15.589.300	8,37	1.304.824
Biaya Bahan Penolong				B .Penyu. Mesin & Kendaraan	32.794.388	8,37	2.744.890
1. Gula	26.959.600	6,82	1.838.645	Pajak Kendaraan	2.300.000	8,37	192.510
2. Mentega	13.941.600	8,37	1.166.912	Bunga Pinjaman	2.100.000	8,37	175.770
3. Telur	4.643.318	8,37	388.646	THR dan Bonus	2.420.000	8,37	202.554
4. Kelapa	33.520.000	8,37	2.805.624	Pajak Bumi Bangunan	116.520	8,37	9.753
5. Vanili	360.000	8,37	30.132	Biaya Pemasaran Tetap			
6. Garam	180.000	8,37	15.066	Biaya T.K Pemasaran**	8.400.000	8,37	703.080
7. Bubuk Umbi Dahlia	6.031.250	100,00	6.031.250	Biaya Adm dan Umum			
Biaya Bahan Bakar (Gas)	16.175.000	8,37	1.353.848	Gaji Pimpinan	36.000.000	8,37	3.013.200
Biaya Komunikasi	285.000	8,37	23.855	Biaya ATK	77.000	8,37	6.445
Biaya Listrik Usaha	5.358.573	8,37	448.513				
Biaya Pemakaian Air Usaha	1.277.200	8,37	106.902				
Biaya Pemeliharaan Alat	360.000	8,37	30.132				
Plastik Kemasan	12.908.000	8,37	1.080.400				
Label Kemasan	10.971.800	8,37	918.340				
Box Kemasan	648.000	8,37	54.238				
Lakban	325.000	8,37	27.203	Total	99.797.208		8.353.026

Lampiran 22. Lanjutan

Solatip	316.000	8,37	26.449				
Tali Rafia	115.000	8,37	9.626				
Biaya Pemasaran Variabel							
Biaya Pemeliharaan Kendaraan	5.800.000	8,37	485.460				
Biaya Pengiriman Produk	1.995.000	0	0				
Biaya T.K Pemasaran*	24.500.000	8,37	2.050.650				
Biaya Tenaga Kerja Variabel							
Biaya T.K Pencampuran	29.965.000	8,37	2.508.071				
Biaya T.K Pengolahan-Pengemasan	138.300.000	8,37	11.575.710				
Gaji Bendahara	11.627.000	8,37	973.180				
Total	423.120.341		40.356.752				

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

Lampiran 23. Total Penerimaan Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari – Desember 2014.

No	Bulan	Pendapatan Penjualan (Rp)											Pendapatan Penjualan (Rp)
		Lansung (Tunai)									Tidak Lansung (Konsinyasi)		
		Original						Umbi Dahlia					
		Pabrik			Outlet								
		Jumlah (Bungkus)	Harga (Rp/Bungkus)	Jumlah (Rp)	Jumlah (Bungkus)	Harga (Rp/Bungkus)	Jumlah (Rp)	Jumlah (Bungkus)	Harga (Rp/Bungkus)	Jumlah (Rp)	Jumlah (Bungkus)	Jumlah (Rp)	
1	Januari	46 2.427	15.000 13.000	690.000 31.551.000	126	20.000	2.520.000	3 467	25.000 26.000	75.000 12.142.000	634	7.611.000	54.589.000
2	Februari	16 3.424	15.000 13.000	240.000 44.512.000	108	20.000	2.160.000	2 443	25.000 26.000	50.000 11.518.000	1.817	23.621.000	82.101.000
3	Maret	9 962	15.000 13.000	135.000 12.506.000	86	20.000	1.720.000	1 439	25.000 26.000	25.000 11.414.000	2.608	33.904.000	59.704.000
4	April	12 2.278	15.000 14.000	180.000 31.892.000	94	20.000	1.880.000	438	26.000	11.388.000	1.411	19.754.000	65.094.000
5	Mei	59 3.429	15.000 14.000	885.000 48.006.000	103	20.000	2.060.000	5 423	25.000 26.000	125.000 10.998.000	2.373	33.222.000	95.296.000
6	Juni	55 3.310	15.000 14.000	825.000 46.340.000	113	20.000	2.260.000	2 438	25.000 26.000	50.000 11.388.000	2.624	36.736.000	97.599.000
7	Juli	58 2.492	15.000 14.000	870.000 34.888.000	189	20.000	3.780.000	6 435	25.000 26.000	150.000 11.310.000	576	8.064.000	59.062.000
8	Agustus	32 5.430	15.000 14.000	480.000 76.020.000	121	20.000	2.420.000	6 440	25.000 26.000	150.000 11.440.000	3.328	46.592.000	137.102.000
9	September	17 1.311	15.000 14.000	255.000 18.354.000	105	20.000	2.100.000	445	26.000	11.570.000	1.648	23.072.000	55.351.000
10	Oktober	17 2.850	15.000 14.000	255.000 39.900.000	156	20.000	3.120.000	2 443	25.000 26.000	50.000 11.518.000	2.360	33.040.000	87.883.000
11	November	18 1.731	15.000 14.000	270.000 24.234.000	110	20.000	2.200.000	1 437	25.000 26.000	25.000 11.362.000	1.748	24.472.000	62.563.000
12	Desember	5 2.775	15.000 14.000	75.000 38.850.000	146	20.000	2.920.000	2 440	25.000 26.000	50.000 11.440.000	2.568	35.952.000	89.287.000
JUMLAH		32.763		452.213.000	1.457		29.140.000	5318		138.238.000	23.695	326.040.000	945.631.000

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

Lampiran 24. Laporan Laba/Rugi per Bulan Usaha Sagun Bakar Allanta Periode Januari-Desember 2014

Uraian	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember	Jumlah
Penjualan/ Penerimaan													
Lansung (<i>original</i>)	34.761.000	46.912.000	14.361.000	33.952.000	50.951.000	49.425.000	39.538.000	78.920.000	20.709.000	43.275.000	26.704.000	41.845.000	481.353.000
Lansung (Umbi Dahlia)	12.217.000	11.568.000	11.439.000	11.388.000	11.123.000	11.438.000	11.460.000	11.590.000	11.570.000	11.568.000	11.387.000	11.490.000	138.238.000
Tidak Lansung	7.611.000	23.621.000	33.904.000	19.754.000	33.222.000	36.736.000	8.064.000	46.592.000	23.072.000	33.040.000	24.472.000	35.952.000	326.040.000
Penerimaan Penjualan	54.589.000	82.101.000	59.704.000	65.094.000	95.296.000	97.599.000	59.062.000	137.102.000	55.351.000	87.883.000	62.563.000	89.287.000	945.631.000
Retur	520.000	234.000	507.000	372.000	634.000	362.000	308.000	290.000	512.000	336.000	372.000	324.000	4.771.000
Pendapatan Penjualan	54.069.000	81.867.000	59.197.000	64.722.000	94.662.000	97.237.000	58.754.000	136.812.000	54.839.000	87.547.000	62.191.000	88.963.000	940.860.000
Biaya Variabel													
Biaya Bahan Baku													
Tepung Tapioka	6.247.200	5.808.800	2.307.000	6.955.000	7.038.000	7.174.000	9.136.000	7.632.000	5.828.000	5.587.000	7.700.000	5.145.000	76.558.000
BOP Variabel													
Biaya Bahan Penolong													
1. Gula	2.751.350	2.557.800	879.550	2.380.175	2.369.175	2.415.675	3.028.525	2.479.500	1.909.500	1.850.125	2.574.500	1.763.725	26.959.600
2. Mentega	1.322.400	1.229.600	435.000	1.242.760	1.258.560	1.282.880	1.611.200	1.288.960	1.009.040	985.800	1.364.000	911.400	13.941.600
3. Telur	471.048	437.992	150.858	410.000	376.200	455.800	517.340	422.300	336.316	328.494	442.970	294.000	4.643.318
4. Kelapa	2.736.000	2.544.000	900.000	2.870.000	2.898.000	3.165.000	3.975.000	3.392.000	2.624.000	2.544.000	3.520.000	2.352.000	33.520.000
5. Vanili	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	360.000
6. Garam	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	180.000
7. Bubuk Umbi Dahlia	531.250	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	6.031.250
Biaya Bahan Bakar (Gas)	1.840.000	1.320.000	735.000	2.100.000	1.365.000	1.575.000	1.785.000	1.155.000	795.000	875.000	875.000	1.755.000	16.175.000
Biaya Komunikasi	20.000	30.000	15.000	15.000	30.000	30.000	15.000	50.000	30.000	10.000	15.000	25.000	285.000
Biaya Listrik Usaha	485.852	481.222	340.828	448.473	455.062	466.152	498.474	476.564	420.722	406.322	484.965	393.936	5.358.572
Biaya Pemakaian Air Usaha	114.700	111.000	75.000	103.600	111.000	118.400	136.500	113.100	97.500	93.600	105.300	97.500	1.277.200
Biaya Pemeliharaan Alat	30.000			130.000	45.000		30.000	40.000		40.000	35.000	10.000	360.000
Plastik Kemasan	1.276.800	1.187.200	420.000	1.148.000	1.159.200	1.181.600	1.484.000	1.187.200	918.400	890.400	1.232.000	823.200	12.908.000
Label Kemasan	1.085.280	1.009.120	357.000	975.800	985.320	1.004.360	1.261.400	1.009.120	780.640	756.840	1.047.200	699.720	10.971.800
Box Kemasan	64.000	59.500	21.000	57.500	58.000	59.500	74.500	59.500	46.000	45.000	62.000	41.500	648.000
Lakban	30.000	30.000	10.000	30.000	30.000	30.000	35.000	30.000	25.000	25.000	30.000	20.000	325.000
Solatip	32.000	28.000	12.000	28.000	28.000	28.000	36.000	28.000	24.000	20.000	32.000	20.000	316.000
Tali Rafia	10.000	10.000	5.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	115.000
Biaya Pemasaran Variabel													
Biaya Pemeliharaan Kendaraan		650.000					2.700.000	200.000	450.000	1.800.000			5.800.000
Biaya Pengiriman Produk	360.000	180.000	120.000	220.000	335.000	140.000	40.000	135.000	80.000	235.000	150.000		1.995.000
Biaya T.K Pemasaran*	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	3.000.000	2.000.000	2.000.000	3.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.500.000	24.500.000
Biaya Tenaga Kerja Variabel													
Biaya T.K Pencampuran	2.964.000	2.756.000	975.000	2.665.000	2.691.000	2.743.000	3.445.000	2.756.000	2.132.000	2.067.000	2.860.000	1.911.000	29.965.000
Biaya T.K Pengolahan-Pengemasan	13.680.000	12.720.000	4.500.000	12.300.000	12.420.000	12.660.000	15.900.000	12.720.000	9.840.000	9.540.000	13.200.000	8.820.000	138.300.000
Gaji Bendahara	1.206.000	1.381.000	639.000	1.615.000	257.000	1.210.000	1.516.000	308.000	733.000	678.000	1.675.000	409.000	11.627.000

Lampiran 24. Lanjutan

Total Biaya Variabel	38.802.880	36.576.234	14.942.236	37.749.308	37.464.517	38.294.367	49.779.939	39.037.244	30.634.118	31.332.581	39.959.935	28.546.981	423.120.341
Margin Kontribusi	15.266.120	45.290.766	44.254.764	26.972.692	57.197.483	58.942.633	8.974.061	97.774.756	24.204.882	56.214.419	22.231.065	60.416.019	517.739.660
Biaya Tetap													
BOP Tetap													
B. Penyusutan Peralatan	1.299.108	1.299.108	1.299.108	1.299.108	1.299.108	1.299.108	1.299.108	1.299.108	1.299.108	1.299.108	1.299.108	1.299.108	15.589.296
B .Penyu. Mesin & Kendaraan	2.732.864	2.732.864	2.732.864	2.732.864	2.732.864	2.732.864	2.732.864	2.732.864	2.732.864	2.732.864	2.732.864	2.732.864	32.794.388
Pajak Kendaraan								2.300.000					2.300.000
Bunga Pinjaman	175.000	175.000	175.000	175.000	175.000	175.000	175.000	175.000	175.000	175.000	175.000	175.000	2.100.000
THR dan Bonus							2.000.000	420.000					2.420.000
Pajak Bumi Bangunan								116.520					116.520
Biaya Pemasaran Tetap													
Biaya T.K Pemasaran**	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	8.400.000
Biaya Adm dan Umum													
Gaji Pimpinan	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	36.000.000
Biaya ATK	77.000												77.000
Total Biaya Tetap	7.983.972	7.906.972	7.906.972	7.906.972	7.906.972	7.906.972	9.906.972	10.743.492	7.906.972	7.906.972	7.906.972	7.906.972	99.797.184
Laba Usaha Per Bulan	7.282.148	37.383.794	36.347.792	19.065.720	49.290.511	51.035.661	-932.911	87.031.264	16.297.910	48.307.447	14.324.093	52.509.047	417.942.476
Laba Bersih													417.924.476

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

Lampiran 25. Perhitungan Titik Impas Pada Sagun Bakar Allanta Periode Januari
- Desember 2014

Tabel 1. Produk Sagun Bakar *original*

Jumlah produksi rata-rata (bungkus)	59.132
Biaya tetap total (Rp.)	91.444.182
Biaya variabel total (Rp.)	382.763.589
Biaya variabel/bungkus (Rp/bungkus)	6.473
Harga jual/bungkus (Rp.)	14.000
Penjualan (Rp.)	807.393.000

Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

$$\begin{aligned}
 \text{Penjualan impas (Rp)} &= \frac{\text{biaya tetap total}}{1 - \frac{\text{biaya variabel rata-rata/unit}}{\text{Harga jual/unit}}} \\
 &= \frac{91.444.182}{1 - (6.473 / 14.000)} \\
 &= \frac{91.444.182}{0,54} \\
 &= 169.341.077
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Penjualan impas (unit)} &= \frac{\text{biaya tetap total}}{\text{Harga jual/unit} - \text{biaya variabel/unit}} \\
 &= \frac{91.444.182}{14.000 - 6.473} \\
 &= 12.149
 \end{aligned}$$

Lampiran 25. Lanjutan

Tabel 2. Produk Sagun Bakar Umbi Dahlia

Jumlah produksi rata-rata (bungkus)	5.400
Biaya tetap total (Rp.)	8.353.026
Biaya variabel total (Rp.)	40.356.752
Biaya variabel/bungkus (Rp/bungkus)	7.474
Harga jual/bungkus (Rp.)	26.000
Penjualan (Rp.)	138.238.000

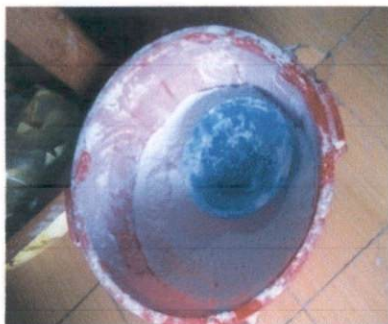
Sumber : Usaha Sagun Bakar Allanta, 2014.

$$\begin{aligned}
 \text{Penjualan impas (Rp)} &= \frac{\text{biaya tetap total}}{1 - \frac{\text{biaya variabel rata-rata/unit}}{\text{Harga jual/unit}}} \\
 &= \frac{8.353.026}{1 - (7.474 / 26.000)} \\
 &= \frac{7.524.687}{0,7} \\
 &= 11.932.894
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Penjualan impas (unit)} &= \frac{\text{biaya tetap total}}{\text{Harga jual/unit} - \text{biaya variabel/unit}} \\
 &= \frac{8.353.026}{26.000 - 7.474} \\
 &= 451
 \end{aligned}$$

Lampiran 26. Dokumentasi Usaha Sagun Bakar Allanta.

A. Bahan yang digunakan dalam pembuatan sagun bakar



Tepung tapioka



Gula



mentega



Telur



Kelapa parut



Campuran mentega dengan
gula dan telur

B. Proses produksi sagu bakar



Pengadonan



Bulatan adonan



Penipisan



Adonan yang sudah dicetak



Adonan dalam loyang siap dipanggang



Proses pemanggangan



Didinginkan dan siap dikemas



Sagun bakar yang sudah dikemas dan siap dipasarkan



Sagun siap dipasarkan

C. Kemasan yang digunakan pada UKM ALLANTA



Kemasan primer (plastik)



Kemasan sekunder

D. Penghargaan yang diperoleh di UMKM Sagun Bakar ALLANTA



Memenangkan GKM tingkat
Provinsi Sumatera Barat



UMKM AWARD 2014 tingkat
Kota Bukit Tinggi